editora EJOTA

Hotéis

A Referência no setor | www.revistahoteis.com.br

Ano XXIII | Nº 268 | Agosto 2025

REVISTA NEUTRA de CARBONO
IBDN.ORG.BR
A primeira do Brasil

Ano 23 - Edição 268 - Agosto de 2025 - Editora Ejota - Revista Hotéis

Risco de apagão de mão de obra na hotelaria é real e iminente

Entrevista com Paulo Michel, CEO da Louvre Hotels Group no Brasil

LGPD completa seis anos, mas com baixa adesão dos hotéis

The Westin São Paulo entra em operação com investimento de R$ 240 milhões

elements
by REALGEMS

Uma linha que celebra a beleza atemporal.

Cada produto é desenvolvido para envolver os sentidos em uma fusão de elementos vintage e sofisticação contemporânea, proporcionando momentos de relaxamento e bem-estar.

saiba mais

(41) 3907-9900 realgems.com.br realgems_cosmeticos

REALGEMS
cosméticos & amenities

revista Hotéis
A referência do setor

Conheça o projeto

A única do segmento certificada como Revista Neutra de Carbono!

Todo o impacto ambiental causado pela impressão das edições é calculado pelo **IBDN**, e, então, são plantadas **177 árvores por mês.**

Desde 2024 esta iniciativa ja impactou em!

3.009 Árvores Plantadas

490,46 Toneladas de Carbono Neutralizadas

REVISTA NEUTRA de CARBONO
IBDN.ORG.BR

A certificação Brasileira de Sustentabilidade para hotéis

Criada em 2022, a certificação identifica **Hotéis, Pousadas e Resorts** que estão comprometidos e alinhados com práticas sustentáveis,

Desta forma auxiliando hóspedes e turistas na tomada de decisão por uma viagem mais consciente.

Conheça o Selo Ecorresponsável

ECORESPONSÁVEL

IBDN
INSTITUTO BRASILEIRO de DEFESA da NATUREZA

@ibdnoficial
contato@ibdn.org.br
11-98878-6922

Fonte essencial de informação

"A Revista Hotéis é uma fonte essencial de informação para o setor hoteleiro. Com conteúdo atualizado, análises relevantes e cobertura dos principais eventos e tendências, ela contribui diretamente para o desenvolvimento e profissionalização da hotelaria no Brasil. É um canal confiável que conecta gestores, investidores e profissionais do setor, fortalecendo o mercado com conhecimento de qualidade. Sem dúvida, uma referência para a Trul Hotéis e indispensável para quem vive e transforma a hotelaria".

André Bekerman

Diretor geral da Trul Hotéis

Falta de apoio dos hotéis na nossa dura arte de informar o setor

Nossa publicação bem que poderia se chamar Revista Fornecedores de Hotéis, pois se dependesse de apoio dos hotéis, teríamos encerrado às atividades já no primeiro ano. É inadmissível uma revista que é a porta voz do setor hoteleiro no Brasil, de altíssimo conceito e credibilidade editorial, com 23 anos de publicação mensal e ininterrupta, não receber apoio de hotéis, redes e resorts e a desculpa é sempre a mesma, o tal 'budget'.

A maioria dos hotéis gastam boa parte do tal 'budget' nas assessorias de imprensa para convencer os jornalistas a dar notícia de graça. E em muitos casos, apostam todo o 'budget' em pseudos influenciadores, mas quando tem coletiva de impressa, sempre lembram da tradicional e boa mídia. Mas esquecem que nossa publicação possui um 'budget editorial' definido e uma black list de hotéis, que só lembram de nós para enviar releases e pedir divulgações de graça.

Somos uma multiplataforma de soluções impressas e online e atuamos em todos os canais. Com isso, os fornecedores do setor, nossos grandes aliados na dura arte de informar, ganham uma ótima visibilidade que os hotéis também poderiam ter para reforçar a marca e imagem. Fica essa reflexão aos gestores hoteleiros e a todos uma excelente leitura, pois essa edição está recheada de muitas informações atuais e de grande interesse.

Edgar J. Oliveira

Diretor editorial

editora EJOTA

revista Hotéis

Diretor Editorial:
Edgar J. Oliveira

Diretora Administrativa Financeira:
Helena Ota de Oliveira

Editor e jornalista responsável:
Edgar J. Oliveira - MTB/SP 23.628

Criação, Arte e Diagramação:
João Victor Ota de Oliveira
Flávia Silveira

Redação:
Denise Bertola - MTB 78101/SP
João Bernardes - MTB 74544/SP
Elias Andrade - Estagiário
Luiz Marcos Fernandes - Colaborador

Departamento Comercial:
Fernando Rodrigues, Roberto Pol e Rogério Valala

Representante na Alemanha:
Antônio Luiz Accioly

Departamento Jurídico:
Dr. Murillo Akio Arakaki OAB/SP nº 314.861 e
Dra. Maria José de Souza Arakaki – OAB/SP nº 314.853

CTP e Impressão:
Elyon Indústria Gráfica

Fotos:
Divulgação

Foto da capa:
IA/ChatGPT

REVISTAHOTEIS

Redação, Administração e Publicidade
Rua Galvão Bueno, 412, sala 78 - Liberdade
São Paulo - SP - CEP: 01506-000
(11) 3208-1186
www.revistahoteis.com.br | revista@revistahoteis.com.br

RevistaHoteisOficial
revistahoteis
revistahoteis
revistahoteis
Revista Hotéis
revista-hoteis

• Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva de seus autores, não representando necessariamente a opinião da Revista Hotéis.
• Revista Hotéis e Editora EJOTA, são marcas registradas no INPI sob números: 827.454.597 de 16/06/2005 e 824.560.345 de 29/05/2002 - CNPJ: 04.994.772/0001-47

7 **Entrevista**
Paulo Michel

56 **Destaques e especiais**
LGPD completa seis anos, mas com baixa adesão dos hotéis

66 **Matéria de Capa**
Risco de apagão de mão de obra na hotelaria é real e iminente

14 Investimentos

17 Gastronomia

22 Mercado

39 Vacation

42 ESG em foco

44 Modernização

50 Administração

82 Empresas & Negócios

84 Implantação

92 Painel

93 Giro pelo mundo

94 Trade

96 Opinião

98 Vitrine

Louvre Hotels Group foca crescimento no Brasil em cima das oportunidades

O gaúcho Paulo Michel iniciou sua jornada de trabalho no segmento hoteleiro aos 17 anos, como garçom no tradicional Hotel Serra Azul e, depois disso, passou por vários hotéis em Gramado (RS). Até que aceitou um desafio e se mudou para o Rio de Janeiro onde também atuou por renomados hotéis, até assumir o comando da Louvre Hotels Group no Brasil.

Essa posição proporcionou a ele espaço para aplicar tudo o que acredita em termos de gestão, liderança e propósito.

Sob seu comando, a Louvre atua com quatro bandeiras no Brasil, a Royal Tulip, a Golden Tulip, Tulip Inn e a Soft Inn. E diante das oportunidades apresentadas pelo mercado, lançou nesse ano a nova bandeira Tulip Hotels & Residences, assim como mantém foco no segmento da multipropriedade, onde já tem uma unidade em operação em Canela (RS) e mais três hotéis em construção e comercialização.

Paulo Michel destaca que o mercado pode esperar nos próximos anos uma Louvre Hotels ainda mais forte, estruturada e presente no Brasil. Segundo ele, o plano de expansão é ambicioso, mas sólido — focado em crescer com propósito, respeitando a vocação de cada destino e mantendo a qualidade como pilar inegociável. Confira nessa entrevista exclusiva.

Revista Hotéis - Como e quando você entrou no segmento hoteleiro? Quais os cursos e especializações possui e por quais redes e hotéis já passou?

Paulo Michel - Minha jornada na hotelaria começou aos 17 anos, como garçom no tradicional Hotel Serra Azul, em Gramado. Foi ali, entre bandejas e bons dias, que descobri minha paixão genuína pela arte de servir — aquela que transforma um simples atendimento em uma experiência memorável. Segui em frente com o propósito de me aprofundar nesse universo e me formei em Administração pela Universidade Cândido Mendes. Mais tarde, investi em uma pós-graduação internacional em Hospitalidade pela Estácio de Sá, que ampliou ainda mais minha visão sobre gestão, experiência do cliente e excelência operacional. Em Gramado, também tive a honra de passar por grandes referências locais como o Hotel Villa Bella e o Hotel Serrano — hoje Wish Serrano Resort —, onde pude amadurecer profissionalmente e fortalecer minha conexão com o setor.

Depois, numa virada ousada e estratégica, segui para o Rio de Janeiro em busca de novos desafios. Atuei no Hotel Portobello, no Rio Atlântica (atual Pestana Rio), na Rede Luxor de Hotéis, no grupo BHG Hotéis e na icônica rede Hotéis Othon. Cada passagem somou aprendizados únicos sobre diferentes perfis de hóspedes, posicionamentos de marca e estruturas operacionais. Hoje, tenho o privilégio de estar à frente do Grupo Louvre Hotels no Brasil, como CEO, liderando marcas que atuam em diversos nichos do mercado — Royal Tulip, Golden Tulip, Tulip Inn, Soft Inn e Tulip Residences — e que, juntas, traduzem toda a diversidade, inovação e tradição que a hotelaria pode oferecer.

R.H - O que o levou a aceitar o desafio de comandar no Brasil a subsidiária da Louvre Hotels Group?

P.M - Assumir o comando da subsidiária da Louvre Hotels Group no Brasil foi, na verdade, uma reconexão com uma história que já me era familiar. Tive o privilégio de trabalhar com as marcas da rede durante meu período na BHG, e desde então criei uma forte identificação com o propósito, a cultura e a forma como a rede enxerga a hospitalidade — sempre com foco genuíno na experiência de hóspedes, investidores, colaboradores e parceiros. O convite veio como um desafio ambicioso e, ao mesmo tempo, muito alinhado com meus valores pessoais e profissionais: reestruturar a operação, consolidar o posicionamento das marcas no País e, acima de tudo, elevar o nível de entrega em todos os pontos de contato da jornada.

Mais do que uma nova etapa na carreira, essa posição me deu espaço para aplicar tudo o que acredito em termos de gestão, liderança e propósito — e os resultados que estamos colhendo são consequência direta disso. Acredito que quando se tem clareza de visão, consistência nas ações e uma equipe comprometida, o crescimento deixa de ser um objetivo e vira consequência.

R.H - Como a Louvre Hotels Group está posicionada no mundo? Quais marcas possui e as que estão presentes no Brasil?

P.M - A Louvre Hotels Group é uma das maiores redes hoteleiras do mundo, com sede em Paris e uma história que começou na década de 1960. Hoje, o grupo opera um portfólio robusto com mais de 11 marcas que cobrem toda a jornada do hóspede — do segmento econômico ao luxo. Entre essas marcas, estão as consagradas bandeiras Tulip — Royal Tulip, Golden Tulip, Tulip Inn e agora também

a Tulip Hotels & Residences — que nasceram na Holanda e foram incorporadas ao portfólio da Louvre ainda nas décadas iniciais da rede.

Desde 2015, o Louvre Hotels Group faz parte do conglomerado Jin Jiang International, o maior grupo hoteleiro da China e atualmente o segundo maior do mundo. Essa união ampliou ainda mais o alcance global da rede, criando um ecossistema de hospitalidade presente em mais de 60 países.

No Brasil, trabalhamos com quatro bandeiras principais: Royal Tulip, para o segmento de luxo; Golden Tulip, focada em experiências premium e lifestyle; Tulip Inn, com uma proposta midscale inteligente e funcional; e Soft Inn, que entrega eficiência no segmento econômico, com excelente custo-benefício.

Nosso posicionamento por aqui é claro: entregar excelência em todos os níveis de hospedagem, com marcas bem definidas, presença nacional crescente e um olhar atento às necessidades dos nossos hóspedes e investidores.

R.H - No ano passado, a Louvre Hotels anunciou um grande plano estratégico mundial que envolvia renovação de 80% dos seus hotéis. Como esse plano contempla o Brasil? Quais hotéis estão sendo modernizados e o valor desse investimento?

P.M - O plano estratégico global da Louvre Hotels Group, batizado de Five Years Plan, é uma iniciativa robusta e ambiciosa que estabelece metas claras de crescimento, inovação e fortalecimento das marcas ao redor do mundo. Um dos pilares centrais desse plano é a renovação de 80% dos hotéis do portfólio global, refletindo o compromisso do grupo com a modernização contínua e com a entrega de experiências cada vez mais alinhadas às expectativas do novo perfil de hóspede.

No Brasil, esse movimento já começou. Temos hotéis em processo ativo de modernização — tanto em estrutura quanto em design e proposta de valor —, e outros em fase de negociação junto aos investidores e proprietários, sempre respeitando a estratégia de cada unidade e a identidade da marca à qual pertence.

O investimento é significativo e faz parte de um esforço coletivo que envolve o grupo, investidores locais e parceiros estratégicos. O objetivo é claro:

Apartamento do Royal Tulip Brasília Alvorada

reposicionar os ativos, fortalecer a percepção das marcas no mercado nacional e garantir uma experiência de hospedagem moderna, confortável e surpreendente, seja no luxo ou no econômico. Mais do que reformas, estamos falando de reposicionamento estratégico, de elevar o padrão e de olhar para frente — com os pés no presente e os olhos no futuro.

R.H - O que levou a Louvre a entrar no segmento da multipropriedade para administrar empreendimentos? Quais os que estão em operação, em construção e como enxerga esse modelo de negócio?

P.M - A entrada da Louvre no segmento de multipropriedade foi uma decisão estratégica alinhada com os movimentos do mercado brasileiro, que tem mostrado um crescimento expressivo e consistente nesse modelo de negócio. A multipropriedade representa uma nova forma de consumir hospitalidade — mais acessível, flexível e com alto potencial de valorização, tanto para investidores quanto para as redes que administram os empreendimentos. Percebemos uma oportunidade clara de atuar com marcas fortes, reconhecidas e com padrão internacional, entregando empreendimentos de alto nível, que atendem não só aos proprietários, mas também aos hóspedes avulsos — afinal, um multipropriedade bem operado é, antes de tudo, um excelente hotel.

Nosso primeiro projeto em operação é o Golden Tulip Canela, localizado na Serra Gaúcha, um destino de altíssimo valor turístico. Já está em funcionamento para os proprietários e deverá abrir para o público geral a partir de setembro de 2025. Além dele, temos outros três empreendimentos em fase avançada de construção e comercialização: Golden Tulip Gravatá (PE), Golden Tulip Eco Jericoacoara (CE) e o Golden Tulip Campos do Jordão (SP). E não para por aí. Já temos novos contratos assinados e outros em fase final de negociação, que serão anunciados em breve. Nosso foco é garantir que cada empreendimento leve a assinatura de qualidade, conforto e experiência que são marcas registradas da rede, seja qual for o formato de negócio. Enxergamos a multipropriedade como um movimento sem volta, e queremos estar entre os protagonistas dessa transformação.

"A entrada da Louvre no segmento de multipropriedade foi uma decisão estratégica alinhada com os movimentos do mercado brasileiro, que tem mostrado um crescimento expressivo e consistente nesse modelo de negócio"

R.H - O que a Louvre leva em consideração na hora de fechar um contrato para administrar um hotel. Existem muitas ofertas e o que difere a Louvre das demais administradoras?

P.M - Assinar um contrato de administração hoteleira não é apenas uma decisão operacional — é uma escolha estratégica que impacta diretamente o futuro do empreendimento. E nós, na Louvre, levamos isso muito a sério. Recebemos muitas propostas e oportunidades, mas avaliamos com critério: localização, demanda do destino, viabilidade do projeto, perfil do investidor e, acima de tudo, o alinhamento com os padrões de qualidade e performance que norteiam nosso trabalho. Não buscamos volume a qualquer custo. Nosso foco é crescer com consistência, entregando valor real em cada operação.

Administrar um hotel, por si só, muitos fazem. Mas administrar com excelência, garantindo experiência para o hóspede e rentabilidade para o investidor, exige muito mais: know-how, planejamento estratégico, processos maduros, ferramentas eficientes, acompanhamento contínuo e, principalmente, um time comprometido com resultado. E nisso a Louvre se diferencia.

Temos um time corporativo altamente qualificado, com vivência prática e visão de negócio. Trazemos ainda o peso e a estrutura de um grupo internacional sólido, com um portfólio de marcas reconhecidas globalmente, fees competitivos e uma plataforma completa de manuais, ferramentas, treinamentos e auditorias, que asseguram não só a padronização e segurança da operação, mas a excelência da experiência de ponta a ponta. Quando um investidor escolhe a Louvre, ele não está contratando uma gestora qualquer — ele está somando forças com uma rede global e recebendo um ecossistema completo de suporte, independente do tipo de contrato, seja apenas licenciamento de marca, gestão comercial ou administração completa.

R H - Como se encontra o plano de expansão da Louvre no Brasil? Pretendem trazer novas bandeiras para inserir no mercado?

P M - O plano de expansão da Louvre Hotels no Brasil está em ritmo acelerado e com metas bem definidas. Estamos focados não apenas em ampliar nossa presença territorial, mas em crescer com inteligência, respeitando o perfil de cada destino e escolhendo parceiros estratégicos que compartilhem da nossa visão de longo prazo.

Atualmente operamos com as marcas Royal Tulip, Golden Tulip, Tulip Inn e Soft Inn, bem posicionadas nos segmentos de luxo, upscale, midscale e econômico, respectivamente. Mas em 2025 demos um passo importante ao lançar no Brasil a nova bandeira Tulip Hotels & Residences — uma proposta midscale moderna, pensada para estadas de curta, média e longa duração, com diferenciais que atendem desde o viajante de negócios até o hóspede que busca mais flexibilidade e estrutura, sem abrir mão do conforto

Essa bandeira já é uma realidade em países como França, Polônia e Holanda e agora chega ao Brasil como uma opção versátil e alinhada às novas demandas do mercado

Além disso, estamos avaliando cuidadosamente a entrada de outras marcas do portfólio global da rede, sempre considerando a maturidade do mercado local, o perfil do investidor e o timing certo para cada movimento. Nosso foco é claro: crescer com qualidade, diversificar a oferta e fortalecer ainda mais o posicionamento da Louvre como uma das principais operadoras hoteleiras do País

R H - Na sua opinião, quais os principais gargalos da hotelaria brasileira e as soluções que podem ser usadas para amenizar o cenário?

P M - A hotelaria brasileira enfrenta alguns gargalos históricos que ainda travam seu verdadeiro potencial — e o principal deles é a falta de prioridade nas agendas públicas. Apesar de o turismo ser uma das atividades econômicas mais promissoras do País, ele ainda não recebe a atenção estratégica que merece por parte dos governos, especialmente no que diz respeito a investimentos, políticas de incentivo e infraestrutura Outro ponto crítico é a formação e retenção de mão de obra qualificada A hotelaria é, antes de tudo, feita por pessoas — e sem uma base sólida de educação profissional, programas de capacitação contínua e valorização do setor, fica difícil sustentar o crescimento com qualidade. A escala 5x2 também é um ponto que merece mais atenção de todos nós no intuito de aumentar a retenção e atrair mais mão de obra para o segmento.

A malha aérea nacional limitada e a falta de conectividade internacional eficiente também impactam diretamente a competitividade dos destinos brasileiros. Temos um território gigantesco e cheio de atrativos, mas ainda pouco acessível para muitos viajantes, tanto internos quanto estrangeiros.

E isso tudo num País com riqueza natural incomparável, cultura diversa e um povo reconhecidamente acolhedor — ou seja, o potencial está aqui, o que falta é uma estrutura que sustente essa vocação turística com inteligência e planejamento

As soluções passam, necessariamente, por três frentes: Políticas públicas consistentes, que tratem o turismo como vetor estratégico de desenvolvimento; Educação técnica, valorização profissional e escala 5x2, para formar uma nova geração de talentos no setor e parcerias público-privadas, que unam iniciativa privada e governo em prol da modernização da infraestrutura e promoção internacional do Brasil.

O Brasil não precisa inventar a roda — basta olhar o que os grandes destinos fizeram, adaptar à nossa realidade e finalmente tirar o pé do freio.

"A hotelaria brasileira enfrenta alguns gargalos históricos que ainda travam seu verdadeiro potencial — e o principal deles é a falta de prioridade nas agendas públicas"

R H - Quais os comprometimentos e ações de ESG que a Louvre trabalha e quais os resultados tem alcançado?

P M - O tema ESG é uma prioridade estratégica para a Louvre Hotels no Brasil, totalmente alinhado às diretrizes globais do grupo. Mais do que atender a exigências de mercado, encaramos a pauta como parte essencial da nossa responsabilidade como operadores

COLCHÃO ONIX

hoteleiros e como agentes de impacto social, ambiental e econômico.

Em 2023, demos um passo importante ao mapear as iniciativas já existentes nos hotéis da rede, muitas das quais já praticavam ações ESG de forma orgânica, ainda que sem esse rótulo. A partir desse diagnóstico, desenvolvemos — em parceria com a consultoria Geração Social e com forte envolvimento dos times locais — o nosso primeiro Relatório de Práticas ESG, consolidando o que já estava sendo feito e abrindo caminho para os próximos passos

O grande marco veio em seguida, com o lançamento da nossa Política de Sustentabilidade, construída com base nas diretrizes internacionais e nos compromissos reais que estabelecemos para o futuro. Essa política define nossos objetivos claros, prazos definidos e os mecanismos de monitoramento e execução que vão guiar nossa jornada ESG nos próximos anos.

Hoje, nosso foco está em fortalecer e expandir essas ações, promovendo impacto positivo nas comunidades onde atuamos, incentivando a economia circular, otimizando recursos naturais, promovendo inclusão e equidade dentro dos times e garantindo uma governança cada vez mais transparente e responsável

Os resultados já começam a aparecer — não apenas em indicadores, mas no engajamento das equipes, no reconhecimento de parceiros e, principalmente, na percepção dos nossos hóspedes e investidores, que valorizam empresas comprometidas de forma autêntica com um futuro mais sustentável.

Nossa Política de Sustentabilidade está disponível publicamente no site

R.H - Você foi eleito por dois mandatos como Presidente da ABIH/RJ. Qual foi o legado de sua gestão e que aprendizado tirou dessa experiência?

P M - Ser eleito por dois mandatos como presidente da ABIH-RJ foi, sem dúvida, uma das experiências mais marcantes da minha trajetória profissional Sou profundamente grato ao Rio de Janeiro e a todos os colegas hoteleiros que confiaram em mim num momento tão delicado quanto o período da pandemia.

Assumir essa responsabilidade em meio a um dos maiores desafios já enfrentados pelo setor foi algo que exigiu resiliência, diálogo, coragem e, principalmente, união. Trabalhamos incansavelmente para manter os hotéis de pé, defender os interesses da categoria, construir pontes com o poder público e encontrar soluções conjuntas — sempre pensando no coletivo, não apenas nos negócios individuais.

O maior legado dessa gestão foi justamente esse espírito de cooperação e representatividade Conseguimos dar voz à hotelaria em um momento crítico, fortalecer o relacionamento com outras entidades do trade e reforçar a importância de trabalhar pelo destino como um todo, porque sem destino forte, não existe hotel bem-sucedido

Essa vivência me ensinou que o papel do hoteleiro vai muito além da operação do seu negócio: ele também é um agente de desenvolvimento regional, de promoção do turismo e de articulação estratégica. E isso só se conquista com visão, planejamento e união.

R H - O que o mercado pode esperar da Louvre nos próximos anos e como enxerga as oportunidades apresentadas pelo mercado?

P M - O mercado pode esperar uma Louvre Hotels ainda mais forte, estruturada e presente no Brasil nos próximos anos. Nosso plano de expansão é ambicioso, mas sólido — focado em crescer com propósito, respeitando a vocação de cada destino e mantendo a qualidade como pilar inegociável

Vamos seguir ampliando nossa presença com empreendimentos de excelência, operando com marcas reconhecidas e bem posicionadas, que atendem a diferentes perfis de hóspedes — do econômico ao luxo, da viagem rápida à estadia prolongada. Queremos que cada hotel Louvre seja uma referência local, tanto em hospitalidade quanto em resultado

O mercado brasileiro, apesar dos desafios, está repleto de boas oportunidades: destinos em crescimento, regiões subexploradas, imóveis com potencial de reposicionamento e investidores em busca de marcas fortes com operação eficiente. E é aí que entramos — com um modelo de gestão ágil, suporte corporativo robusto e uma entrega alinhada às expectativas do novo hóspede.

Estamos atentos, preparados e, acima de tudo, comprometidos em ser protagonistas desse novo ciclo da hotelaria no Brasil. ■

SOMOS MAIS QUE UMA REVISTA

Somos uma multiplataforma de soluções para reforçar a marca e imagem de sua empresa/hotel

- **10 mil exemplares impressos** mensalmente com 100 páginas de altíssimo conceito e credibilidade editorial

- Um site 100% seguro, responsivo e interativo com 12 notícias postadas diariamente e com **3.856 visitas médias diárias**

- Somos **Media Partner** dos principais eventos da hotelaria que acontecem no Brasil em que também distribuímos revistas

equipotel — SINÔNIMO DE HOSPITALIDADE
encatho exprotel
ABH
ENCONTRO HOTELARIA
GRI HOTÉIS 1925
HOTEL & FOOD NORDESTE
ADIT share 25
IMOBTUR

- Os PDF´s de nossa publicação são distribuídos nas melhores **bancas digitais** do Brasil e do mundo, como

AYA BANCAH
Claro banca
EDICASE digital
GoRead
issuu
pressreader
ubook
vivo

- Forte presença nas **mídias sociais**

E todas essas soluções estão a seu alcance por um investimento menor que pensa.

Comprove solicitando uma proposta pelo e-mail revista@revistahoteis.com.br

Revista Hotéis
A referência do setor

CVPar apresenta InnerHaus Hotel, na orla de Fortaleza

A holding cearense CVPar estreia no setor de hospitalidade com a criação da InnerHaus Hotel, sua marca própria de alto padrão que combina, sob a mesma gestão, hotelaria cinco estrelas e moradia personalizada, com serviços e gastronomia integrados. O primeiro projeto será implantado na orla do Meireles, em Fortaleza, e reunirá exclusividade, localização estratégica, esportes na beira-mar e conexão direta com os principais eixos turísticos e gastronômicos da cidade

As obras tiveram início no mês de julho, e a entrega está prevista para daqui 40 meses, reforçando o compromisso da marca com previsibilidade e credibilidade nos investimentos. As vendas das unidades residenciais terão início neste mês de agosto.

Desenvolvida como uma bandeira independente, sem vinculação a redes internacionais, a InnerHaus propõe sua identidade original conectada a lifestyle, wellness, artes, música e gastronomia, com operação autoral e linguagem arquitetônica própria

A proposta é oferecer uma experiência única, com design de interiores que valoriza a natureza – com uso consciente de madeira, plantas, iluminação natural e texturas orgânicas –, aroma exclusivo, gastronomia autoral e rooftop com gastrobar, piscina e spa com vista panorâmica do mar de Fortaleza. O empreendimento nasce com arquitetura assinada por Marcelo Franco e interiores da Tré Arquitetura.

A holding, liderada pelo empresário cearense Cláudio Vale, que mantém mais de R$ 1 bilhão em ativos sob gestão, aplica ao setor hoteleiro a mesma lógica de investimento estruturado desenvolvida ao longo de sua trajetória no mercado financeiro — com foco em retorno consistente, diversificação de receitas e governança centralizada.

A capital cearense foi escolhida para o lançamento por reunir fatores estratégicos como liquidez imobiliária, conexão institucional com a origem do grupo e escassez de leitos hoteleiros premium. Segundo estudos da incorporadora CVHaus, Fortaleza perdeu algo próximo de mil leitos hoteleiros nos últimos três anos, cenário que reforça a oportunidade para produtos que combinem operação hoteleira upscale, residências de alto padrão e experiência fluida em lifestyle

A InnerHaus Hotel terá uma proposta ligada a lifestyle, wellness, artes, música e gastronomia

Mixed use

O empreendimento foi concebido com operação integrada de hospitalidade, gastronomia e moradia, ocupando uma única torre vertical Os últimos andares do 27º ao 36º, além do 9º e do 10º, abrigam o hotel cinco estrelas, com 77 apartamentos de alto padrão e serviços assinados pela Atrio Hotel Management. O residencial ocupa os andares do 11º ao 25º, com 92 unidades destinadas a moradia permanente, long stay ou short stay, administrados pela operadora hoteleira

No térreo, o público encontra um restaurante de alta gastronomia, pop up store e lobby bar com curadoria sensorial, enquanto o rooftop oferece aos moradores e hóspedes piscina, spa e gastrobar com vista panorâmica para o mar Ainda no 26º andar, há fitness completo e um lounge gourmet. Entre os espaços oferecidos, um andar inteiro abriga salas de reunião e espaço para eventos. Áreas de conveniência cuidadosamente projetadas criam uma transição fluida entre viver e hospedar.

Futuro

Com plano de expansão estruturado, a InnerHaus Hotel & Boutique Residence prevê investir cerca de R$ 500 milhões nos próximos cinco anos em novos empreendimentos em capitais como São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Belo Horizonte, Salvador e Florianópolis A estratégia combina projetos greenfield ou retrofit de imóveis com vocação para uso misto, replicando o modelo inaugural de Fortaleza.

Belém vai receber lideranças em hospedagem própria na COP30

O Hotel Vila Líderes-COP30 é um empreendimento de alto padrão que está sendo construído para a COP30, que acontece em Belém (PA), de 10 a 21 de novembro deste ano e é assinado pela Vila Líderes-SPE (Sociedade de Propósito Específico), formado pela DMDL, empresa de engenharia e infraestruturas temporárias em parceria com a Quadra Engenharia.

Ao todo, o complexo terá aproximadamente 19 200 mil m² incluindo as áreas externas, divididos em seis blocos – cinco blocos de apartamentos, com 405 suítes - e um bloco administrativo e de serviços com áreas de uso comum como lobby, escritórios, salas de reunião, academia, restaurante, bar-café, quiosques e outros espaços. O empreendimento, que segue o cronograma de construção planejado, já conta com dois blocos do hotel em fase de finalização das obras.

Segundo o CEO para o projeto Vila COP30, pela DMDL, Ualger Costa, um dos diferenciais da obra é "o uso de tecnologia e materiais ainda pouco utilizados na região de Belém e no Norte do País ampliando o conhecimento sobre essas técnicas inovadoras e as competências dos profissionais de construção civil local que estão atuando na obra". Ele explica que "a obra adota uma tecnologia sustentável refletindo a essência das diretrizes de construção adotada pela própria DMDL".

Desenvolvido para acomodar lideranças e representantes das 190 nações participantes da COP30, o hotel tem localização estratégica, situado no bairro Marco, próxima ao Hangar e ao Parque da Cidade, o que facilitará o acesso à Blue Zone, onde ocorrerão os principais debates da conferência.

A Vila Líderes COP30 vai hospedar delegações internacionais e lideranças globais que participarão da conferência

O executivo ressalta ainda o investimento na economia regional com aquisição de materiais e serviços para a obra das empresas locais, a geração de empregos diretos e indiretos; o incremento na remuneração e no comércio e prestação de serviços locais.

A obra fará parte do legado pós-evento e será a futura sede do Centro Administrativo do governo do estado do Pará. Ela integra uma série de investimentos do Governo do Pará que somam R$ 4,5 bilhões, com recursos do Tesouro do Estado, BNDES, Itaipu Binacional e Caixa Econômica Federal, sob a gestão da SEOP - Secretaria de Obras Públicas.

A tecnologia adotada pela DMDL para a construção do Vila Líderes tem características diferenciadas com a utilização do steel frame, um sistema construtivo que utiliza perfis de aço galvanizado para formar a estrutura principal dos edifícios. Segundo Costa, esta é uma alternativa à construção tradicional em alvenaria que oferece vantagens como rapidez na construção, redução de desperdícios e maior controle de qualidade. Costa explica que a aplicação em larga escala do steel deck, sistema para a construção de lajes, pisos ou tetos, que usa chapas metálicas onduladas e servem como reforço para a forma e o concreto, em regiões como o Norte do País ainda é um processo em evolução com desafios e oportunidades específicos para cada localidade, mas vem ganhando cada vez mais espaço nos últimos anos com o aumento da demanda por construções mais rápidas, eficientes e sustentáveis. "Atualmente existem 330 pessoas trabalhando na obra, considerando trabalhadores próprios e de empresas contratadas, mas a previsão é alcançar 400 pessoas no pico da construção da COP30", informa o executivo da DMDL. Os trabalhadores são predominantemente de Belém e região metropolitana e do interior do Pará e, também, de outros estados da região Norte do País.

Origem Patacho Design Hotel oferece experiências personalizadas

Hotel abre as portas em outubro deste ano com uma proposta singular: ser um refúgio exclusivo para adultos, onde cada detalhe foi

pensado para proporcionar descanso, conexão e experiências personalizadas à beira-mar. A Praia do Patacho, escolhida para abrigar o empreendimento, é um dos destinos mais preservados do litoral alagoano. Conhecida por suas águas cristalinas, piscinas naturais e por um ritmo de vida desacelerado, o local oferece o cenário ideal para quem busca fugir da rotina e vivenciar o essencial com tranquilidade, conforto e autenticidade

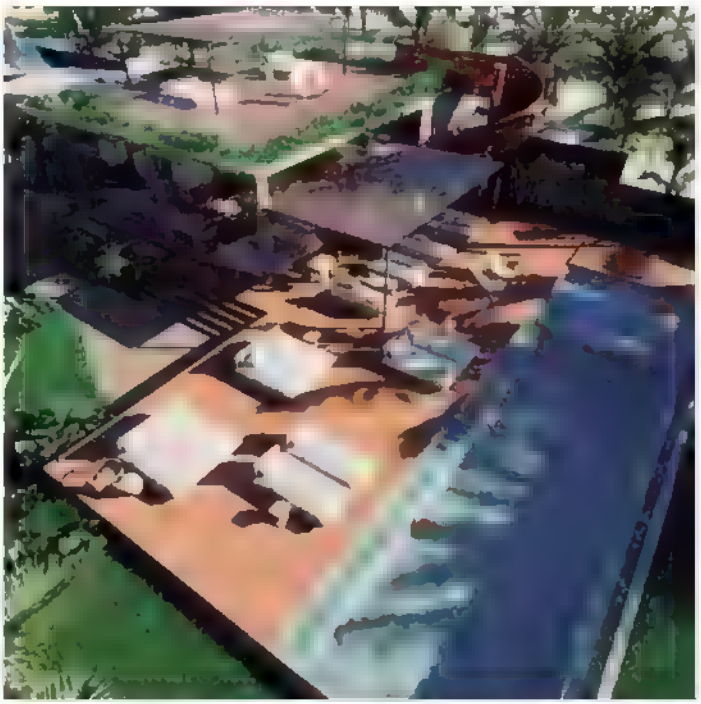
O Origem Patacho tem direção criativa assinada por Juliana Pippi, que imprimiu sua visão em cada detalhe do empreendimento. É o primeiro hotel concebido em parceria pelos renomados arquitetos Juliana Pippi e Rodrigo Fagá, que desenvolveram um projeto singular, conectando a influência do Sul à essência do Nordeste brasileiro sob um olhar integrado e sensível. O resultado é um espaço marcado por uma curadoria cuidadosa de obras de arte, texturas e materiais naturais, que exaltam o design afetivo e a beleza da simplicidade autêntica

O hotel conta com dez cabanas privativas, cuidadosamente projetadas para oferecer conforto, exclusividade e integração com a natureza. Todas as acomodações possuem piscina reservada aquecida com hidromassagem, varanda espaçosa e ambientes que combinam o design minimalista com texturas naturais e elementos artesanais brasileiros, criando uma atmosfera acolhedora.

Os hóspedes podem escolher entre duas categorias. A Cabana Mar é uma espaçosa suíte de 90m², com piscina privativa de frente para o mar, varanda com vista panorâmica, banheira vitoriana e outros itens. O destaque é a experiência única de dormir ao som das ondas e acordar com a vista do oceano. Já a Cabana Vila possui 70m², pensada para quem busca privacidade e descanso absoluto, totalmente cercada pela vegetação local. Além disso, o Origem Patacho valoriza a autenticidade em cada detalhe e traz para seus espaços coleções exclusivas desenvolvidas especialmente para o hotel. Desde as luminárias artesanais até os ladrilhos personalizados, cada peça foi cuidadosamente criada para dialogar com a essência do lugar. O mobiliário autoral e as obras de arte presentes nas cabanas e nas áreas comuns são assinados por artistas e designers brasileiros, refletindo a riqueza das tramas, texturas e sabores brasileiros Essas criações únicas reforçam a proposta de ambientes onde arquitetura, arte e cultura local se encontram para oferecer uma experiência sensorial e afetiva, encontrada somente no hotel

Experiencias que respeitam o tempo de cada um

O Origem Patacho propõe uma estada sem pressa. O café da manhã, por exemplo, pode ser servido no horário que o hóspede desejar – de manhã, à tarde ou até à noite. O atendimento é 100% personalizado, e as experiências foram desenhadas para promover o bem-estar e a conexão consigo mesmo: sessões particulares no spa, passeios de jangada, caminhadas na praia, banhos nas piscinas naturais e momentos de contemplação na estrutura pé na areia do hotel. A gastronomia também é um capítulo à parte. Comandado pelo Chef Wellington Olímpio e Milena Suassuna, da consultoria Saber Cuidar, o Restaurante Origem propõe uma cozinha que conecta a culinária local a influências internacionais, sempre com foco na autenticidade, nos ingredientes frescos e no respeito ao tempo e à cultura da região O restaurante contará com rooftop e um bar intimista, além de um deck com acesso à piscina do hotel e a belíssima Praia do Patacho.



Localizado na Praia do Patacho (AL), hotel oferece cabanas com piscina privativa

Manu Buffara apresenta gastronomia sustentável no Suryaa Curio

O Suryaa Curio Collection by Hilton, no Paraná, estabelece um novo patamar para a hotelaria de luxo no Brasil, e também para a gastronomia. O hotel tem como um de seus principais atrativos o restaurante Aatma, comandado pela Chef curitibana Manu Buffara. Reconhecida internacionalmente por seu trabalho à frente do Manu, restaurante listado entre os 50 melhores da América Latina, a Chef imprime agora sua assinatura sustentável a uma experiência gastronômica que se estende do amanhecer ao jantar

Instalado junto ao Graciosa Alphaville Golf Club, a menos de 40 minutos de Curitiba, o Suryaa oferece uma imersão de sabores conectada ao território, à natureza e às raízes culturais da região — pilares que norteiam o trabalho da Chef No Aatma, cujo nome evoca o conceito de "alma" em sânscrito, cada prato revela uma narrativa. seja no brunch com pães folheados e coalhada caseira, no almoço repleto de sabores cítricos e vegetais brasileiros, ou nos menus degustação servidos à noite, o restaurante é um convite à contemplação e ao prazer

Chef Manu Buffara comanda o restaurante Aatma, do Suryaa Curio Collection by Hilton

No jantar, a alta gastronomia ganha contornos contemporâneos e autorais com destaque para criações como o Polvo na Brasa, servido com páprica, farofa cítrica de arroz negro e molho gochujang, e o Carpaccio di Carne, um mignon selado com redução de tucupi e alcaparras crocantes. As entradas equilibram tradição e ousadia: o Crudo de Peixe Branco com maçã verde e quinoa crocante traduz o frescor da região Sul em um só prato. Entre os principais, destacam-se o Entrecôte de Wagyu com laranja tostada e o Copalombo de porco glaceado, servido com pão pita e ervas frescas. O capítulo das massas é poético: o Gnocchi com Mariscos e o Agnolotti de Ricota Azeda com milho jovem e camarões são interpretações delicadas da comfort food, com técnica impecável

A experiência doce é outro destaque. A Mil Folhas de Castanha-do-Pará com doce de leite batido e nata azeda é uma sobremesa que sintetiza o estilo do Manu: brasileira, elegante, com camadas de textura e sabor. Já o Bolo de Laranja e Alecrim, com calda defumada e sorvete de iogurte, evoca memórias de infância com sofisticação adulta.

O brunch, servido aos fins de semana e feriados, também revela a essência de um hotel que valoriza o tempo desacelerado e a arte de comer bem. São opções leves, criativas e sempre com ingredientes frescos Desde as Tartines sobre pão sourdough – como a de creme de ricota ácida, ovos cremosos e mini salada de agrião – até os bowls com frutas amarelas, mel de abelha manduri e sorbet de coco, o cardápio reflete o compromisso com uma cozinha afetiva e saudável. Pratos quentes como o Schnitzel de Frango no brioche com maionese de curry madras e ovo frito conquistam com seu conforto, enquanto os clássicos como o Sanduíche de Carne Manuzita e o Omelete de Camarão com Capim-Limão trazem densidade e inventividade ao brunch.

No café da manhã, servido exclusivamente para os hóspedes, a originalidade se mantém com delícias como o Carpaccio de Manga com azeite e raspas de limão, os Ovos Benedict sobre pão artesanal e a Rabanada Manuzita com gelato de baunilha — uma releitura de um clássico afetivo

Le Cordon Bleu lança competição inédita de cozinha asiática

O Instituto Le Cordon Bleu São Paulo lançou a primeira edição da Competição Cuisines D'Asie, um desafio que convida cozinheiros profissionais e amadores, de todo o Brasil, a explorarem o vasto universo da gastronomia oriental. Aberta ao público acima de 18 anos, a competição celebra a diversidade da culinária do Leste e Sudeste Asiático com um desafio nada trivial: criar um prato principal autoral que contenha ao menos cinco ingredientes asiáticos, uma proteína (animal ou vegetal) e duas guarnições. Tudo isso com técnica, criatividade e muito respeito às tradições.

A beleza do prato é só o começo. O que conta mesmo é o domínio técnico e a percepção dos sabores — avaliados ao longo de duas etapas criteriosas. A primeira é online, com envio de vídeo, receita e foto do prato Já a final será presencial, nas cozinhas do Le Cordon Bleu São Paulo, no dia 30 de agosto, e os finalistas terão três horas para mostrar ao júri que sabem transformar ingredientes em emoção.

Entre os jurados, está o Coordenador acadêmico, chef e professor do Certificado Cuisines D'Asie do Le Cordon Bleu, Rodrigo Canto. Segundo ele, o mais importante não é apenas fazer bonito no prato, mas entender a alma de cada ingrediente. "A culinária asiática tem muito a ensinar sobre equilíbrio, memória afetiva e respeito aos processos. A ideia da competição é provocar o olhar técnico e emocional dos participantes e, claro, se divertir no caminho", afirma

Além de prêmios especiais, o grande vencedor da competição ganha uma bolsa integral para o novo Certificado Cuisines D'Asie, formação inédita que será lançada em setembro no Le Cordon Bleu São Paulo.

Competição Cuisines D'Asie vai explorar o universo da gastronomia oriental

O prêmio

Com duração de 12 semanas e carga horária de 180 horas, o Certificado Cuisines D'Asie oferece uma imersão prática nas cozinhas da China, Japão, Coreia, Tailândia, Vietnã, Malásia, Indonésia, Taiwan e suas fusões com a pâtisserie francesa. O curso inclui aulas demonstrativas, workshops, chefs convidados e uma jornada intensa pelos sabores, técnicas e rituais que definem a culinária asiática.

Aberto para alunos a partir de 18 anos, o programa não exige experiência prévia, apenas curiosidade, dedicação e vontade de aprender com os melhores.

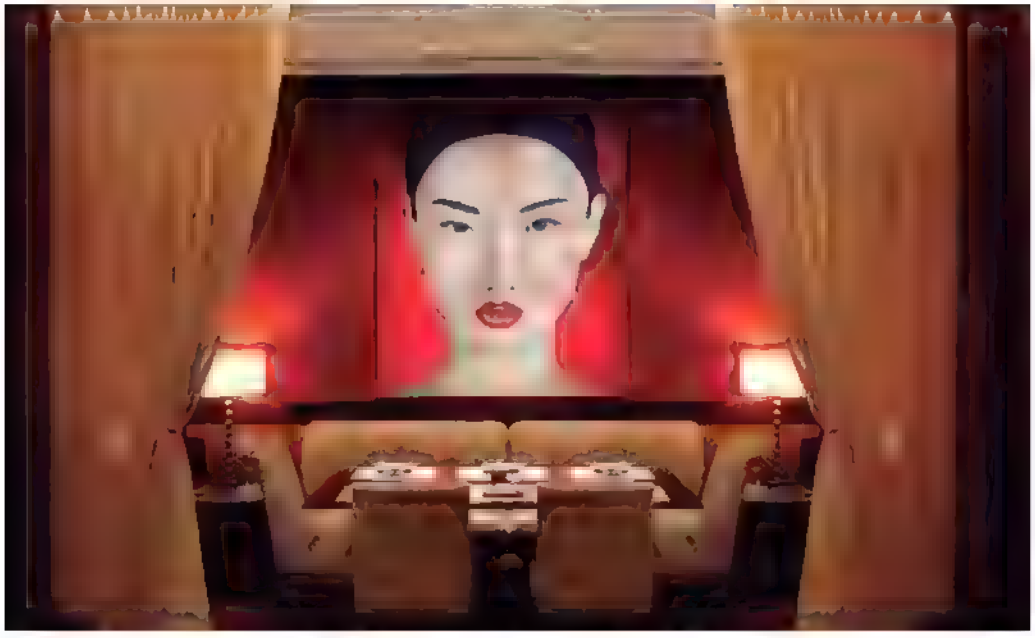
Restaurante Mee apresenta menu degustação de inverno

O restaurante Mee, no Copacabana Palace, A Belmond Hotel – único pan-asiático do Rio de Janeiro com uma estrela Michelin – anuncia uma nova experiência para os dias mais frios com o lançamento do Menu Degustação de Sukiyaki, disponível exclusivamente às terças e quartas-feiras, até 20 de agosto

Inspirado na tradição japonesa de reunir pessoas ao redor da mesa para compartilhar sabores e histórias, o Sukiyaki é um prato típico dos meses mais frios no Japão. Servido de forma coletiva e preparado diretamente na mesa, combina finas fatias de carne, vegetais frescos e macarrão udon, cozidos em um caldo.

Segundo o Chef Alberto Morisawa, à frente da cozinha do Mee, "queremos trazer o calor e a hospitalidade típicos da culinária japonesa para o Mee, convidando os hóspedes e visitantes a vivenciarem o Sukiyaki como no Japão, uma experiência coletiva, afetuosa e repleta de sabor", comenta.

Durante esse período, às terças e quartas, o menu à la carte e o menu degustação tradicional do Mee não estarão disponíveis. No entanto, o



Menu Degustação de Sukiyaki do restaurante Mee ficará disponível até 20 de agosto

restaurante segue oferecendo normalmente a experiência Omakase — que, em japonês, significa "eu confio em você". Exclusiva do sushi bar e elaborada pelo Chef Morisawa, essa vivência tradicional dá ao Chef a liberdade de criar um menu personalizado, combinando pratos clássicos com toques autorais, de acordo com sua inspiração e sazonalidade dos ingredientes.

Com a chegada do frio, o Restaurante Origens, localizado no hotel DoubleTree by Hilton Porto Alegre, convida o público para uma experiência sensorial e acolhedora, criada para aquecer as noites de inverno da capital. Trata-se da Noite de Origens: caldos e sopas, que acontece todas as quintas-feiras, a partir das 19h30.

Toda semana, até o final do inverno, visitantes e hóspedes são convidados a viver uma noite diferente, com gastronomia afetiva, música ao vivo e um ambiente acolhedor. Pensada para envolver os sentidos, a sequência traz uma curadoria especial de sopas e caldos, que vão desde os sabores mais tradicionais até combinações surpreendentes.

Entre as opções que compõem o cardápio estão o caldo verde, que é o destaque do menu, além do caldo de camarão, o minestrone, o capeletti, o creme de palmito e o creme de moranga cabotiá com gorgonzola, compondo um festival de aromas e sabores. Os sabores podem variar a cada quinta-feira, compondo um verdadeiro festival de aromas e experiências

De acordo com Vinicius Motter, Gerente geral do DoubleTree by Hilton Porto Alegre, a proposta com a Noite de Origens é valorizar sabores que despertam memórias e emoções. "A curadoria das sopas e caldos foi pensada para oferecer uma experiência gastronômica afetiva, com combinações que aquecem e surpreendem. Todos estão convidados a aproveitar essa opção especial de inverno, pensada para tornar as noites de quinta-feira ainda mais acolhedoras na capital", destaca

A experiência acontece às quintas-feiras no hotel DoubleTree by Hilton Porto Alegre

Hotel das Cataratas anuncia Master Series com chefs renomados

O Hotel das Cataratas, A Belmond Hotel recebe uma série de eventos gastronômicos exclusivos que celebram a rica culinária brasileira. A programação especial promete oferecer uma experiência ainda mais diferenciada para hóspedes e visitantes. O primeiro evento da série aconteceu no dia 12 de julho, no restaurante Ipê, e teve a participação da aclamada Chef Janaína Torres Eleita a melhor chef mulher do mundo em 2024 pelo The World's 50 Best, Janaína Torres preparou uma feijoada especial como parte de seu projeto "À Brasileira", uma plataforma de pesquisa, valorização e divulgação da identidade popular nacional por meio da comida. Inspirada nas tradições culinárias que permeiam cozinhas domésticas, feiras e mercados populares de Norte a Sul do País, "À Brasileira" busca resgatar, preservar, valorizar e reinterpretar receitas, ingredientes e técnicas que representam os "modos de fazer" criados e aperfeiçoados no Brasil. A famosa feijoada, que foi servida no hotel, é prato tradicional no Bar da Dona Onça, restaurante da Chef no centro de São Paulo, e acompanha tartar de banana, maxixe, abóbora, couve, laranja, farinha de mandioca, molho de pimentas, arroz soltinho e batidinha de cachaça

Programação inclui grandes nomes da gastronomia brasileira, como Janaína Torres, para experiências exclusivas

Em agosto, em celebração ao Dia dos Pais, o hotel recebe a Chef Paula Labaki, chef de gastronomia da Fazenda Churrascada, em São Paulo. Paula Labaki nasceu na região de Bocaina (SP), em uma fazenda centenária de café e gado, onde viveu até os 16 anos. Lá, conheceu as técnicas tradicionais da culinária e descobriu uma maneira saudável e natural de cozinhar. Hoje, Paula trabalha a cozinha autoral com muita propriedade, utilizando-se de diversas técnicas adquiridas e outras que ela mesma desenvolveu, sempre focada no sabor e no frescor dos insumos utilizados. No Hotel das Cataratas, a Chef vai surpreender hóspedes e visitantes com um delicioso almoço de domingo, preparado na brasa e repleto de técnicas de fogo especiais. O menu vai contar com uma variedade de cortes de carne, além de aves, legumes, vegetais preparados "na plancha" e um delicioso pescado da região na crosta de sal

A série de eventos gastronômicos continuará nos próximos meses. Em outubro, os hóspedes poderão desfrutar de um brunch especial com o Chef Felipe Schaedler, do renomado restaurante Banzeiro. Para novembro, está programado outro brunch exclusivo com o Chef Jefferson Rueda, da aclamada Casa do Porco

Zendaya Resort apresenta Seafood Barbecue com drinks autorais

No dia 20 de julho, o Zendaya Resort Beach Sport & Spa, localizado em Búzios, ofereceu uma experiência sensorial à beira-mar com o exclusivo Seafood Barbecue.

Um verdadeiro festival de sabores com frutos do mar frescos preparados na brasa, acompanhados por uma seleção especial de drinks assinados pelo premiado mixologista Frederico Viana. Com aromas irresistíveis, ingredientes de alta qualidade e um cenário paradisíaco, o menu reúne entradas como ostras frescas de Santa Catarina, casquinha de siri, queijo coalho, espetinho de frutos do mar, vinagrete de polvo e ceviche do dia

Entre os pratos principais, destaque para polvo, lula de Arraial do Cabo, camarão VG, calda de lagosta, lagosta inteira e peixe do dia (pargo ou linguado), todos preparados na brasa e servidos com uma variedade de molhos como cítrico, mostarda, talos com alcaparra, vinagrete, cogumelos e alcaparra, chimichurri defumado e romesco. Os acompanhamentos completam a experiência com opções que vão do tradicional ao sofisticado, como arroz branco e negro, feijão, farofa de dendê, palmito à provençal, batata calabresa spicy, salada russa, salada de quinoa, salada grega, tomates confitados coloridos, penne rigatti ao pesto, risoto siciliano, vegetais da horta, batata frita e purê cremoso

Para brindar, o renomado Frederico Viana, proprietário do Vian Cocktail Bar — eleito Melhor Bar pelo Rio Gastronomia e Bartender do Ano pela Veja Rio em 2022 e 2023 — assina uma carta de coquetéis criativos, com identidade brasileira e combinações surpreendentes de sabores e texturas.

Entre as sugestões do mixologista Spritz Del Sol – Gin, Aperol, xarope de morango, suco de limão e hortelã; Nicarágua – Rum branco, xarope de coco, suco de limão, suco de abacaxi e iogurte; Smash Buziano – Gin ou cachaça, xarope de gengibre, manjericão e suco de limão siciliano, e o Abrasileirado – Campari infusionado em maracujá, vermute russo e água com gás. "A proposta do Zendaya Resort é unir alta gastronomia, brasilidade e lifestyle à beira-mar, oferecendo momentos únicos para quem busca mais do que uma refeição, é uma verdadeira celebração dos sentidos", finaliza Fernando Kanbara, Gerente geral do resort.

YVÁ Gastronomia teve feijoada com samba de raiz em julho

Em julho, a tradicional feijoada do YVÁ Gastronomia, espaço de culinária contemporânea no bairro da capital paulista – Moema - ganhou um novo ingrediente: samba de raiz. O restaurante – já reconhecido por sua gastronomia contemporânea e ambiente acolhedor – ofereceu além do consagrado buffet de feijoada, a apresentação da cantora Lilian Jardim acompanhada de banda, com repertório especialmente escolhido para embalar o almoço com o melhor do samba de raiz e clássicos do gênero.

O evento transformou os almoços de sábado em verdadeiras celebrações da cultura e da culinária brasileira. Servida em grandes caldeirões que mantêm o calor e o sabor característico do prato, a feijoada do YVÁ inclui todos os acompanhamentos tradicionais arroz branco, couve refogada, farofa, torresmo crocante, banana à milanesa e laranja fresca, além de uma seleção de molhos e pimentas artesanais Como toque final, o menu inclui ainda uma sobremesa para fechar a experiência com chave de ouro. E entre as opções o clássico pudim de leite, um dos carros-chefes da casa

Enquanto os adultos curtiram o samba e a gastronomia, os pequenos tiveram diversão garantida no Espaço Kids, anexo ao restaurante. Com uma área de 200m², o espaço funciona aos sábados, das 12h00 às 16h00, e conta com brinquedos infláveis, jogos e atividades lúdicas, sempre com acompanhamento de monitores treinados

Frutos do mar foram preparados na brasa, acompanhados de drinks assinados pelo mixologista Frederico Viana

Ao sabor da feijoada servida em caldeirões, restaurante recebeu a cantora Lilian Jardim e banda, com repertório de samba de raiz

Gramado (RS) suspende concessão de alvarás a novos hotéis

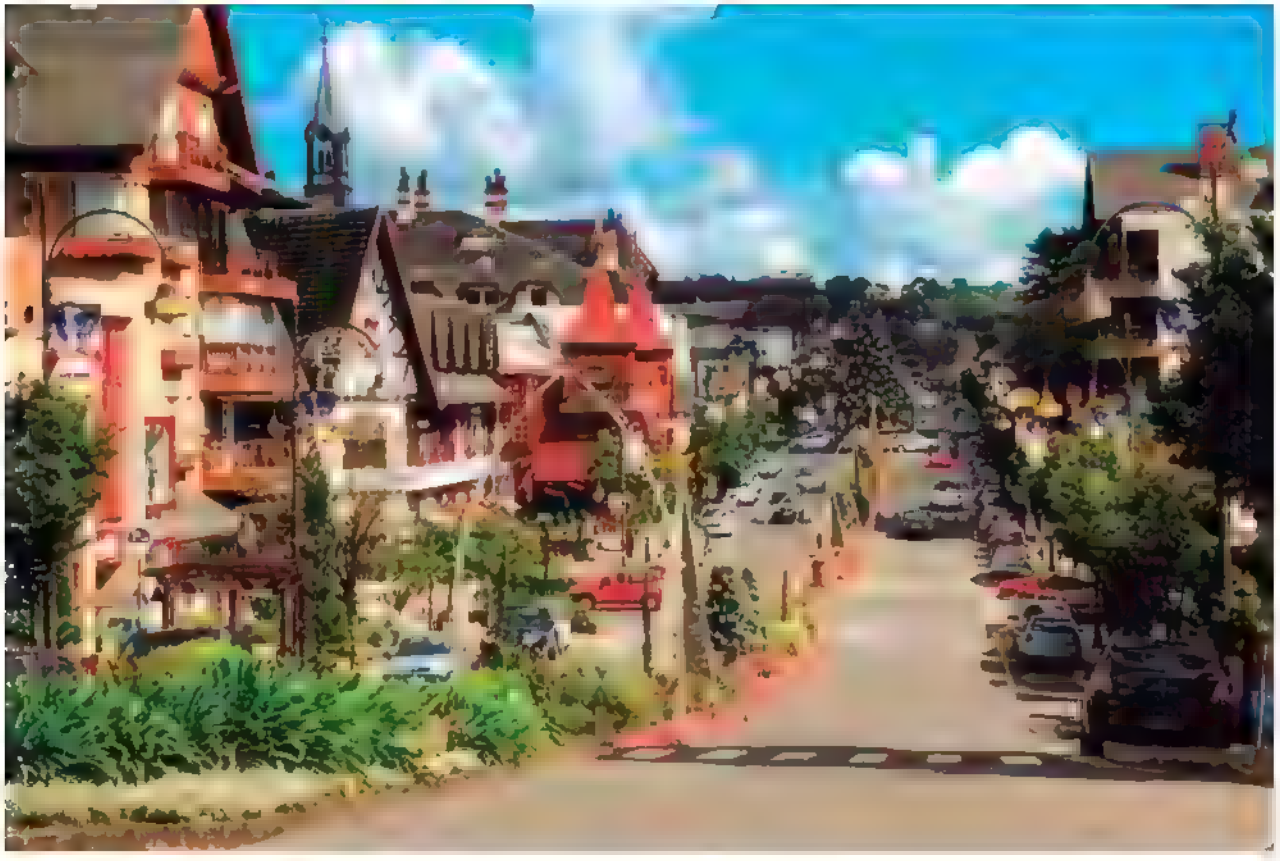
O Prefeito de Gramado (RS), Nestor Tissot assinou no dia 30 de junho uma medida suspendendo a concessão de novos alvarás para construção e instalação de hotéis nessa importante cidade serrana gaúcha. A medida vale até o final desse ano para meios de hospedagem com mais de 20 unidades habitacionais e de restaurantes localizados no centro da cidade. A alegação dessa medida por parte do executivo municipal, é uma estratégia para reavaliar a infraestrutura urbana, ajustar questões estruturais relacionadas ao trânsito de veículos, à mobilidade, ao saneamento básico e garantir a sustentabilidade do crescimento turístico.

Gramado é dos principais destinos turísticos do Brasil e segundo dados da prefeitura municipal, atualmente a cidade conta com mais de 200 meios de hospedagem em operação e outros 13 em fase de construção. Na área gastronômica, possui mais de 300 restaurantes de variados portes e perfis, concentrados especialmente na região central, área atingida diretamente pela suspensão.

Justiça garante manutenção parcial do PERSE às associadas da UBRAFE

A UBRAFE - União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios obteve uma importante vitória judicial para suas associadas. Em decisão proferida pela 11ª Vara Federal Cível de Belo Horizonte (MG), foi garantida, em parte, a manutenção dos benefícios fiscais do PERSE - Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos, criado para mitigar os efeitos da pandemia da COVID-19 sobre o segmento.

A decisão foi tomada em mandado de segurança coletivo impetrado pela entidade contra o Ato Declaratório Executivo RFB nº 2/2025, que havia revogado de forma antecipada os incentivos fiscais do programa – originalmente previstos até março de 2027. Segundo a entidade, a extinção prematura viola os princípios da



A medida vale até o final desse ano para meios de hospedagem com mais de 20 unidades habitacionais e de restaurantes localizados no centro da cidade

Há 85 anos fazendo seu hóspede se sentir em casa:

Probel, Harus e Regina Segui, juntas em cada detalhe do seu conforto.

Há mais de 85 cuidando do sono de **gerações.**

Compre com nossos representantes online
(11) 94194-6660

Harus
soluções em hospitalidade

Probel

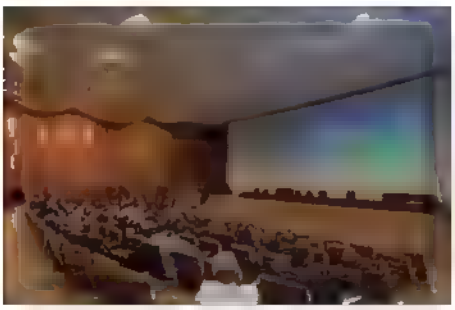
Conheça a linha Probel assinada por Regina Segui

segurança jurídica, da anterioridade tributária e o direito adquirido previsto no art. 178 do CTN - Código Tributário Nacional

Na decisão, o Juiz federal Itelmar Raydan Evangelista rejeitou a preliminar de ilegitimidade ativa da UBRAFE e reconheceu, em parte, o pleito da entidade. Embora tenha afastado o argumento de isenção onerosa, o magistrado determinou que as empresas associadas mantêm direito de usufruir da alíquota zero para IRPJ até 31/12/2025 e para PIS, COFINS e CSLL até 23/06/2025, em conformidade com os princípios constitucionais da anterioridade anual e nonagesimal.

Para Paulo Ventura, Presidente do Conselho de Administração da UBRAFE, medidas como o PERSE são fundamentais para viabilizar a retomada do setor de eventos. "A sentença obtida pela UBRAFE é uma conquista coletiva, que reconhece o papel estratégico das feiras e eventos para a economia brasileira. Seguiremos atuando institucionalmente para que o benefício seja mantido até o prazo originalmente previsto", afirma.

Para o representante jurídico da UBRAFE, Advogado Dr. Alessandro Ragazzi, a medida representa um avanço relevante na defesa da previsibilidade e da estabilidade para o setor. "A decisão é um importante precedente, pois confirma que a revogação imediata do PERSE, sem respeito aos princípios da anterioridade e da não surpresa, não pode prevalecer. Embora parcial, a decisão garante um fôlego essencial para o planejamento financeiro de centenas de empresas do setor de feiras e eventos de negócios, segmento que ainda se recupera dos graves impactos da pandemia. Seguiremos firmes na defesa integral do direito das associadas, inclusive buscando a extensão plena dos benefícios até 2027, como previsto originalmente pela Lei 14.148/2021", diz.



Na prática, a decisão impede a cobrança imediata dos tributos federais abrangidos pelo PERSE

Na prática, a decisão impede a cobrança imediata dos tributos federais abrangidos pelo PERSE, permitindo que as empresas do setor mantenham uma base tributária mais estável no curto prazo – fator essencial para a organização de feiras e eventos de médio e grande porte

Segundo Paulo Octávio Pereira de Almeida, Diretor executivo da UBRAFE, essa decisão reafirma a importância de ter uma representação técnica e jurídica ativa em defesa do setor. "A UBRAFE continuará mobilizada para garantir segurança jurídica e previsibilidade tributária, que são essenciais para o planejamento e a sustentabilidade dos eventos de negócios em todo o País", relembra

A UBRAFE reforça a orientação para que suas associadas mantenham acompanhamento jurídico individualizado, de forma a aplicar corretamente os efeitos da decisão nos recolhimentos fiscais e evitar autuações indevidas

Tulip Inn Vila Velha recebe prêmio nacional pela segunda vez

O Tulip Inn Vila Velha foi condecorado com o prêmio de 'Maior evolução na Receita de Hospedagem', concedido pela Louvre Hotels Group-Brazil (LHGB). Pelo segundo ano consecutivo, o reconhecimento destaca nacionalmente o hotel em maior evolução em receita. Além disso, o empreendimento alcançou a pontuação máxima de 97,7% em auditoria de qualidade em 2024.

A premiação foi concedida no encontro nacional 'Atitude: Rumo ao crescimento sustentável', promovido pela LHGB – responsável por 14 hotéis das marcas Golden Tulip, Royal Tulip e Tulip Inn no Brasil. O evento celebrou os resultados de destaque obtidos em 2024, debatendo também direcionamentos estratégicos e futuros negócios, e reconhecendo os hotéis que alcançaram os melhores desempenhos em diversas áreas no ano passado

Para o Agente de marketing interno e qualidade do Tulip Inn Vila Velha, Vando Lopes, "estamos muito orgulhosos pela premiação Ganharmos pelo segundo ano consecutivo é um feito notável que consolida nossa posição

Certificado de premiação do Tulip Inn Vila Velha como 'Maior evolução na Receita de Hospedagem'

de excelência no cenário hoteleiro brasileiro e materializa o trabalho incansável e a visão estratégica da liderança e de toda a equipe Além do reconhecimento financeiro, o Tulip Inn Vila Velha alcançou a pontuação máxima na rigorosa auditoria de qualidade 2024, marco que reflete o comprometimento inabalável com a excelência em hospitalidade e a satisfação extraordinária de seus hóspedes", comemorou. "Esse prêmio é um reconhecimento direto à dedicação de cada membro da equipe, que, sob a inspiradora liderança da Gerente geral, Wanda Fernandes, eleva diariamente os padrões de serviço", completou

Para Wanda Fernandes, o sucesso do Tulip Inn Vila Velha é um reflexo da sinergia entre uma equipe dedicada e uma gestão focada em resultados e na superação das expectativas. "Essa premiação não apenas valida o desempenho excepcional do Tulip Inn Vila Velha, mas também reforça o investimento e a confiança em uma gestão que prioriza a qualidade e o bem-estar do hóspede. É gratificante receber essa conquista, fruto do empenho e da dedicação de toda a equipe. Essa vitória só reforça que estamos no caminho certo para uma entrega cada vez melhor. Que venham os próximos anos, sempre com muito prazer em servir", celebrou.

Fairmont Rio de Janeiro terá mostra de Alberto Saraiva

Alberto Saraiva revela sua vivência em um dos principais biomas do País em obras que prometem encantar e, ao mesmo tempo, levar o espectador às suas lembranças mais familiares. A Amazônia é o tema da mostra

"Espelho Amazônico", que traz sete pinturas inéditas da mais famosa floresta tropical do mundo para o hotel Fairmont Rio de Janeiro.

Nelas, a água, a luz e as formas vegetais são entrelaçadas por pinceladas marcadas por brilhos e reflexos. Alberto Saraiva rejeita a iconografia da floresta exuberante e exótica. Não há animais e nem grandes paisagens panorâmicas. O artista apresenta ao público uma botânica afetiva. São frutos e folhas de quintais, festas, rituais e ruas manauaras de suas memórias: o guaraná, o biribá, a pupunha, o cupuaçu, a vitória-régia, a flor do cupuaçu, a flor-da-lua — bromélia rara que se abre apenas sob a luz da lua cheia —, entre outros.

Para Christiane Laclau, Curadora da exposição, "outro elemento fundamental nessas obras é o ponto de vista de quem está ilhado, sensação recorrente em Manaus, que refunda conceitualmente o horizonte. Tão amazônico quanto carioca, Alberto Saraiva funde, em sua pintura, origem e destino", explica.

Segundo Netto Moreira, Diretor geral do cluster luxo Rio de Janeiro, do Grupo Accor, com a proximidade da COP30, esse bioma tem se tornado o protagonista em discussões sobre o futuro do planeta, mostrando a sua relevância para o mundo. "Por isso, nada mais natural que receber a exposição do Artista Alberto Saraiva que traz um olhar singular sobre a floresta, transportando-nos às suas lembranças e conscientizando o público sobre a importância de preservá-la", diz

Exposição "Espelho Amazônico" traz sete pinturas que mostram a relação do artista manauara com um dos biomas mais famosos do mundo

A exposição "Espelho Amazônico" estreia a segunda temporada do Fairmont Art Gallery 2025 que, desde o ano passado, recebe obras de diferentes artistas com a curadoria de Christiane Laclau. A gestora e art advisor especializada em arte contemporânea tem o objetivo de potencializar a riqueza cultural do hotel, tendo o Brasil como fonte de inspiração e valorização. Com seu know how e olhar apurado, Christiane transformou o sexto andar do hotel Fairmont Rio — local onde é feito o check-in com a vista da praia de Copacabana — em uma galeria de arte. Já passaram pelo local artistas consagrados, como Marcos Cardoso, Ana Coutinho, Isabel Becker, Sérgio Reis Allevato, Esther Bonder, entre outros. A mostra inédita de Alberto Saraiva poderá ser apreciada até outubro.

Turismo no Piauí cresce e impulsiona operações hoteleiras

O turismo no Piauí vive um momento promissor. Em 2024, o estado registrou um faturamento de R$ 561 milhões no setor, um aumento de 4,3% em relação ao ano anterior, de acordo com dados da FecomercioSP. A rede hoteleira também comemora o bom momento Dois empreendimentos celebraram no mês de junho seu primeiro ano de operação: o Monã Hotel, em Teresina, e o Koloa Concept Hotel, em Cajueiro da Praia. Ambos os hotéis surgiram com a proposta de atender a uma demanda crescente por hospedagens de luxo e experiências personalizadas de qualidade no estado

Enquanto o Monã se tornou uma referência em conforto e sofisticação na capital, o Koloa se destaca no litoral com uma proposta voltada ao turismo de lazer e natureza. "Neste primeiro ano de atividade, surpreendemos o público local com opções de gastronomia e hospedagem de alto padrão, algo ainda inédito na cidade", diz Andrea Buna, Proprietária do Monã. "Para o futuro, nosso objetivo é receber ainda mais hóspedes de outras cidades do Brasil, para que

EXPERIÊNCIAS

Confira as experiências confirmadas em 2025

CONTEÚDO

CONOTEL

Tech

ARENA CONEXÕES

BCB

Escola de Hoteleiros

HSMAI INNOVATION

Xperience

Senac Conesta Educação e Hospitalidade

NEGÓCIOS

Rodada de Negócios

Compras

Rodada de Negócios Resorts Brasil

INOVAÇÃO

Quarto Futuro

fitness experience

VIHP

Food Solutions

Faça seu credenciamento gratuito.

Confira em detalhes todas as Experiências no Equipotel 2025 através do QR Code

Fique perto também da comunidade e quiçá nas redes sociais

Conexões Infinitas

15 A 19 SETEMBRO · 2025 · SÃO PAULO – EXPO CENTER NORTE

O Koloa Concept Hotel se destaca no litoral do Piauí com uma proposta voltada ao turismo de lazer e natureza

possam descobrir todo o potencial cultural de nossa capital", complementa. O Monã conta com 64 acomodações e prioriza a cultura local através da arte e artesanato

Segundo Guilherme Lago, Proprietário do Koloa Concept Hotel, o litoral piauiense é encantador e tem sido cada vez mais descoberto por brasileiros e estrangeiros. "Por aqui, além das belezas naturais encantadoras, muitos hóspedes estão se aventurando no kitesurf", comenta. O Koloa tem 26 suítes e, para o próximo ano, quer focar ainda mais em experiências. "Temos investido bastante na gastronomia, trazendo chefs de outros estados para cozinhar e surpreender hóspedes e passantes", conclui Lago.

A conectividade aérea, outro fator crucial para o desenvolvimento do turismo, também avança. A Latam Airlines Brasil anunciou que passará a operar voos regulares entre Parnaíba e Fortaleza a partir do dia 13 de setembro de 2025. Serão de duas a três frequências semanais, dependendo da temporada, operadas em aeronaves Airbus A319 e A320, com capacidade para até 174 passageiros. Com a nova rota, Parnaíba - localizada a menos de 70 km de Cajueiro da Praia - passa a estar conectada a dois dos principais hubs da companhia no País: Brasília e Fortaleza. Isso permitirá que viajantes de cidades como Campinas, São Paulo, Belo Horizonte, entre outras, cheguem ao litoral do Piauí com mais facilidade, fomentando ainda mais o turismo na região da Rota das Emoções, que inclui destinos como o Delta do Parnaíba e Jericoacoara.

Clara Resorts recebe premiações internacionais em 2025

O Clara Resorts recebeu reconhecimentos inéditos no cenário internacional. Neste ano, o grupo hoteleiro brasileiro conquistou quatro premiações que o posicionam entre os melhores empreendimentos turísticos do mundo, consolidando sua reputação como referência em luxo sustentável e excelência familiar

A mais recente conquista veio em Dubai, quando o Clara Dourado foi reconhecido como Melhor Resort Ecológico do Brasil no International Travel Awards 2025. A premiação, organizada pela Golden Tree Events, valoriza iniciativas que combinam hospitalidade de alto padrão com práticas sustentáveis, validando o modelo ambiental desenvolvido pelo grupo há mais de duas décadas.

Este reconhecimento se soma ao Travellers' Choice Best of the Best 2025, concedido pelo TripAdvisor e reservado a apenas 1% dos empreendimentos turísticos globais Entre oito milhões de perfis avaliados no mundo todo, o Clara Dourado alcançou esse patamar graças ao alto volume de avaliações positivas de hóspedes reais, demonstrando que a satisfação dos visitantes se traduz em reconhecimento internacional.

Em paralelo, o Clara Arte, a mais nova unidade do grupo, já se destaca no cenário internacional com duas importantes nomeações para o World Travel Awards 2025, considerado o "Oscar do Turismo": Brazil's Leading Family Resort 2025 e South America's Leading Family Resort 2025. As indicações são especialmente significativas por colocarem o recém-inaugurado hotel de Brumadinho (MG) ao lado dos melhores destinos familiares consolidados do continente, demonstrando o

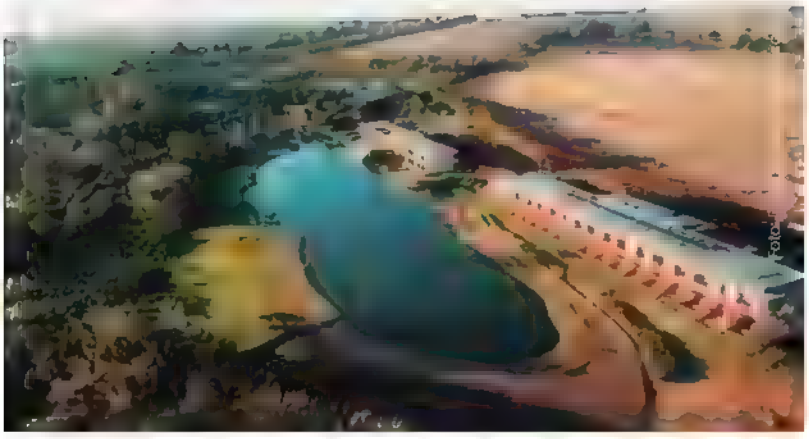
valor da proposta que combina hospitalidade de luxo com arte contemporânea

O Clara Dourado também conquistou uma nomeação para o Sustainable Luxury Awards 2025, promovido pela Quality Touch em Lisboa. O prêmio valoriza e celebra empresas e serviços de luxo que adotam práticas sustentáveis em áreas como hotelaria, gastronomia, spas, campos de golfe e turismo de alto padrão. O resultado será anunciado em 30 de setembro de 2025

Esta indicação representa a validação de uma filosofia empresarial que busca proporcionar experiências luxuosas sem comprometer o futuro das próximas gerações. A sustentabilidade está incorporada à cultura organizacional do Clara Resorts. As práticas sustentáveis implementadas em todas as unidades incluem o uso de energia renovável, o tratamento de 100% do esgoto com reutilização da água para irrigação, o cultivo de hortas orgânicas, programas de reciclagem e separação de resíduos, além da instalação de filtros de água em 100% das acomodações e áreas sociais, iniciativa que evita o descarte de mais de 300 mil garrafas plásticas por ano.

O compromisso ambiental vai além dos limites físicos dos resorts e se manifesta em ações práticas no dia a dia. Durante os incêndios que atingiram o interior paulista, a propriedade em Dourado se tornou refúgio natural para animais silvestres, com a equipe organizando pontos de alimentação para espécies como tatus, pacas, tamanduás e cotias.

Segundo Taiza Krueder, CEO do Clara Resorts, esses reconhecimentos internacionais refletem uma jornada construída com propósito e dedicação. "Representam não apenas nossa busca pela excelência, mas principalmente o compromisso com um modelo de turismo que respeita o meio ambiente e cria valor para todas as partes envolvidas", destaca.



O Clara Dourado foi reconhecido como Melhor Resort Ecológico do Brasil no International Travel Awards 2025

Tivoli Ecoresort Praia do Forte tem observação de baleias jubarte

A chegada das baleias jubarte ao litoral baiano marca o início de uma das experiências mais emocionantes do calendário do Tivoli Ecoresort Praia do Forte: a temporada de observação desses gigantes do mar, que pode ser vivida pelos hóspedes do resort entre julho e outubro. O passeio que é realizado em lancha e acompanhado por guia ambientalista — começa com uma rápida palestra no próprio hotel, ministrada por especialistas do Instituto Baleia Jubarte, parceiro do hotel nesta ação. Em alto-mar, os visitantes têm a chance de observar as jubartes em uma vivência segura, educativa e inesquecível para todas as idades. Além da observação das jubartes, o Tivoli Ecoresort Praia do Forte também oferece aos hóspedes a oportunidade de conhecer iniciativas ambientais e culturais da região, como o Projeto Tamar, a Reserva Sapiranga e o meliponário Pólen Dourado — todos com experiências educativas, contato com a natureza e imersão na biodiversidade local. São passeios que enriquecem a viagem com propósito e encantamento, perfeitos para todas as idades.

A programação especial de julho trouxe ainda uma série de atividades pensadas para entreter crianças, adolescentes e adultos. Entre os destaques, o show do Sítio do Pica-Pau Amarelo, que resgatou o universo lúdico da literatura infantil brasileira em uma apresentação com teatro, música e interação com o público.

Os pequenos também puderam participar da Escolinha de Futebol do Boca Juniors, com treinos inspirados na metodologia do tradicional clube argentino, além de oficinas de circo e de sereísmo nas piscinas do resort. À noite, a diversão contou com shows infantis, observação de estrelas e festas temáticas como a Festa das Cores.

A temporada de observação das baleias jubarte pode ser vivida pelos hóspedes do resort entre julho e outubro

Os adultos tiveram relaxamento e bem-estar no Anantara Spa, que combina técnicas tailandesas com produtos brasileiros. Outras opções incluíram aulas de stand up paddle, vela, pesca costeira e experiências de conexão interior, como a meditação sonora, conduzida por profissionais especializados em terapias integrativas. Famílias com bebês contaram com o serviço exclusivo Baby Experience, que inclui copa do bebê equipada, cardápio infantil personalizado e serviço de babysitter sob demanda

B Hotel Brasília inaugura mural de ladrilhos de Betty Bettiol

No mês de maio foi concluído o painel de ladrilhos idealizado pela artista plástica Betty Bettiol para o B Hotel, intitulado "Ordem e Desvio". A obra foi projetada especialmente para entrada da área de eventos do B. Ao todo, foram dois meses de trabalho e 15 dias para instalar os quase dois mil ladrilhos pintados à mão, que resultaram em um mural de 17 metros de largura com três metros de altura. As peças receberam uma pintura geométrica (característica do traço da artista) que brinca com formas e cores que, juntas, criam volumetria e movimento ao resultado final. "Moro em Brasília há mais de 60 anos, achei que estava mais do que na hora de dar um presente à cidade e escolhi o B Hotel para colocar este painel feito de ladrilho, que é um material ecológico, com cores do cerrado feito por pessoas da cidade", define a artista.

A trajetória de Betty Bettiol une tradição e inovação. Ela foi, por exemplo, pioneira na introdução do computador em gravuras metálicas,

Obra da artista plástica tem mais de dois mil ladrilhos pintados à mão e enaltece o espaço para eventos do B Hotel

ao mesmo tempo em que ficou reconhecida também pelo seu trabalho conectado à identidade nacional. Seu engajamento com a arte regional, apoio a diversos artistas e colecionismo com preferência às obras brasileiras, também são feitos reconhecidos e aclamados. Além do mural, Betty assina obras que podem ser encontradas nos quatro cantos do B Hotel — das pinturas que adornam todas as suítes aos vasos de madeira presentes no restaurante térreo.

Botanique terá programa de hospitalidade para cães

No Dia do Amigo, celebrado em 17 de julho, o Botanique Hotel Experience celebrou a amizade mais fiel de todas — entre humanos e seus pets — e anunciou seu programa permanente de hospitalidade para cães, com conforto e sofisticação em plena Mantiqueira.

No coração da Serra da Mantiqueira, entre vilas privativas e trilhas cercadas por brumas, o hotel oferece a cães de até 50kg um verdadeiro refúgio — com cama confortável, manta aconchegante, comedouros elegantes e muito espaço para explorar com guia e coleira. A ideia é receber os pets dos hóspedes com a mesma deferência que os grandes estabelecimentos no mundo reservam às celebridades de quatro patas. "Os animais de estimação fazem parte da família, e por isso merecem viver também a experiência do Botanique, onde o luxo está nos detalhes, inclusive nos cuidados com quem o hóspede mais ama", comenta Flavia Câmara, Diretora comercial do hotel.

No Botanique, o pet tem acesso às áreas externas e, quando no colo, pode acompanhar seus tutores nos bares, restaurantes, The Lab e até no SPA. Para garantir tranquilidade e conforto, cada villa pode receber até dois animais pequenos (até 7kg cada) ou um cão de grande porte.

Programa permanente de hospitalidade foi pensado especialmente para os cães

A história da hotelaria já consagrou mascotes que ultrapassaram sua condição de animais de estimação para se tornarem símbolos de acolhimento, carisma e afeto. Agora, o Botanique abre suas portas para que os pets dos hóspedes também vivam sua própria jornada de encantamento. E não apenas no Dia do Amigo — mas sempre que a amizade verdadeira pedir um tempo longe da cidade, cercada por natureza e poesia.

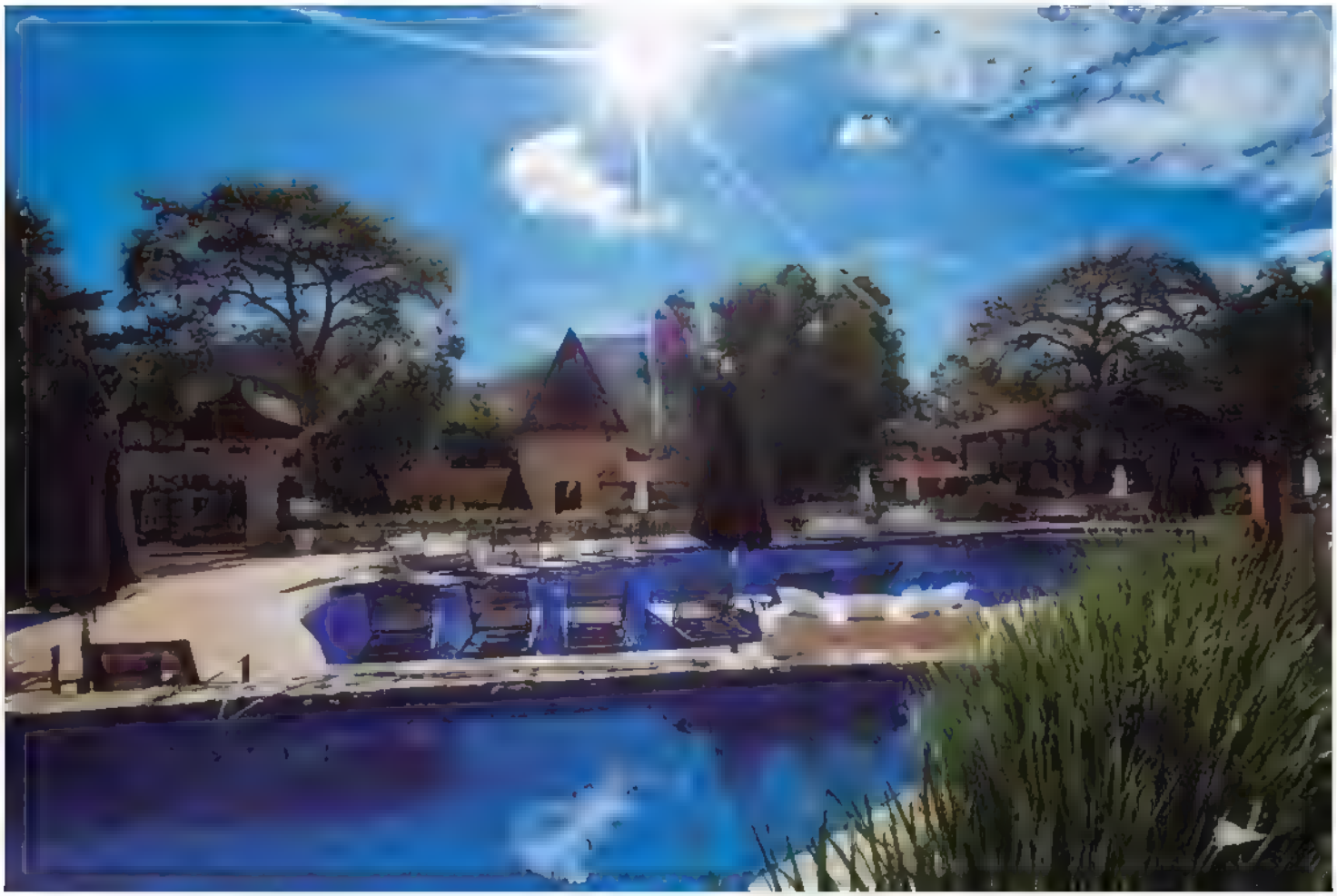
Le Canton comemora alta performance no primeiro semestre de 2025

Resort da Região Serrana do Rio, o Le Canton inicia o mês de julho celebrando os excelentes resultados obtidos no primeiro semestre. De janeiro a junho, o faturamento registrou aumento de 16% em relação ao mesmo período do ano passado. Já a média geral de ocupação do hotel ficou em 74%, índice superior ao de 2024, que atingiu 71% no período.

A boa performance é atribuída à ampla e diversificada agenda de atividades para adultos e crianças, uma das marcas registradas do Le Canton O parque aquático inflável, com atrações como Acqua Zone, Fut Jump, Demolidor e Bubble Soccer, foi a grande atração durante o mês de janeiro e fizeram a diferença durante as férias escolares.

Ao longo dos meses seguintes, alguns dos destaques foram Bloco do Bita, Boteco Le Canton, programações temáticas para o feriado da Semana Santa e a Páscoa, nova edição do BBQ Le Canton, a realização do Fla Camp (clínica de futebol do Flamengo), além de apresentação de peças infantis e diferentes clínicas esportivas com grandes nomes, como Olivinha (basquete), Danielle Hypólito (ginástica) e Minotouro (artes marciais)

O ótimo trabalho desenvolvido pela equipe de recreação infantil do Le Canton também contribuiu para o excelente desempenho do semestre. Atrações como Festa do Pijama, Chá



A média geral de ocupação do hotel foi de 74%, índice superior ao de 2024, que atingiu 71% no período

com as Princesas no Castelo Medieval, workshop de comidas típicas de festa junina, estação de infláveis, aula de circo e de trapézio e música ao vivo mantiveram os hóspedes entretidos

Em paralelo, o Vacation Club, programa de férias que usa o modelo tempo compartilhado, apresentou desempenho positivo, com destaque para o início da operação on-line com custo de venda mais baixo.

No primeiro semestre de 2025, cerca de 61% das reservas foram motivadas por viagens de lazer. A composição do faturamento incluiu ainda receitas de Alimentos e Bebidas (14%), Vacation Club (11%), entretenimento (4%) e corporativo (3%), entre outras. O tempo médio de permanência foi de 2,4 dias, tendo fluminenses e niteroienses entre os principais públicos.

Para julho, a expectativa é de fechar o mês com ocupação superior a 80%. "Os números são realmente expressivos, e é com muito orgulho que comemoramos. Trabalhamos com entusiasmo para que isso aconteça, e ter uma equipe comercial comprometida faz toda a diferença. As atrações que trazemos constantemente, aliadas ao nosso empenho e visão estratégica, faz com que os nossos resultados sejam sempre superados com louvor", afirma a CEO Mônica Paixão.

Pacote Bem-Estar 2025 do Costao acontece em setembro

Localizado em meio à natureza exuberante do Norte da Ilha de Santa Catarina, em Florianópolis, o Costao do Santinho Resort convida os hóspedes a descobrirem seu verdadeiro refúgio de bem-estar e renovação por meio do pacote Bem-Estar 2025. De 11 a 14 de setembro, uma programação foi especialmente elaborada para promover dias inesquecíveis de relaxamento, renovação e conexão com a natureza.

O pacote Bem-Estar foi idealizado para proporcionar uma experiência única de autocuidado e lazer, reunindo atividades que promovem o equilíbrio do corpo e da mente. Entre as atrações da programação estão aulas de Zumba, Fit Dance e Yoga, trilhas guiadas, oficinas de mandalas e jardinagem terapêutica

Momentos de relaxamento também estão garantidos com um workshop especial de aromaterapia com massagem, sessões de pintura

De 11 a 14 de setembro, o resort promove dias de conexão, equilíbrio e relaxamento com uma programação exclusiva

em tela, happy hours e espetáculos noturnos no Teatro Fernando Marcondes O encerramento conta com um jantar temático inesquecível. "Esse é o segundo ano que apresentamos essa temática nos pacotes, e a gente percebe que cada vez mais as pessoas estão procurando cuidarem de si mesmos. Temos uma estrutura incrível para oferecer, temos o nosso spa, o Costao Spa L'Occitane Au Brésil, e tudo se completa com essa natureza exuberante da Praia do Santinho combinada com o Morro das Aranhas, onde temos sete trilhas de diferentes níveis", destaca a Diretora de Marketing e Comercial, Daniela Rocco.

Venit Hotéis celebra nove anos e anuncia novidade

Em julho, a hotelaria carioca comemorou os nove anos do Venit Hotéis, empreendimento que se destaca na Barra Olímpica, região em franca expansão turística e corporativa na Zona Oeste do Rio de Janeiro. Com localização privilegiada, em frente ao Parque Olímpico, palco de grandes shows, festivais e eventos esportivos – o hotel reforça sua vocação para receber visitantes em busca de lazer, bem-estar e negócios.

E para tornar essa experiência ainda mais completa, o Venit Hotéis anuncia a chegada do Spa Sensória, um verdadeiro oásis urbano no rooftop do hotel. Em parceria com a marca carioca Sensória,

conhecida por seus produtos 100% naturais e veganos, o novo espaço oferece massagens terapêuticas, banhos aromáticos e terapias corporais. A proposta une o conceito de wellness ao luxo acessível, em um ambiente com vista panorâmica, ao lado da piscina O Spa está aberto tanto para hóspedes quanto para o público externo. O Venit Hotéis adota o conceito Dual Brand, reunindo dois estilos de hospedagem no mesmo endereço: o Venit Barra, com perfil moderno e voltado para o público executivo e de lazer, e o Venit Mio, um hotel boutique com atmosfera intimista, ideal para quem busca exclusividade. A estrutura também contempla dois restaurantes que são referência na gastronomia da região: o Curi, especializado na culinária brasileira, e o Matera, bistrô mediterrâneo comandado pelo Chef Philip Almeida.

Com 212 apartamentos no total, o hotel atende com excelência o público de eventos médicos, esportivos e corporativos, atraídos pela proximidade com o Riocentro, Farmasi Arena e o Parque Olímpico. A infraestrutura inclui salas de eventos, rooftop com piscina e vista para a Lagoa de Marapendi, academia, spa, acessibilidade total e design funcional.

O design arquitetônico, assinado por Marcos Sá (STA Arquitetura), combina modernidade com sustentabilidade, e a fachada iluminada em LED remete à obra do artista Mondrian

Preocupado com o meio ambiente, o Venit Hotéis adota práticas ESG e conta com o Selo Procel Edifica Nível A, que atesta seu compromisso com a eficiência energética e o uso de fontes renováveis "O turismo da Barra Olímpica está em plena ascensão, impulsionado por grandes eventos e pelo crescimento da infraestrutura local. Com o novo Spa Sensória e a nossa estrutura completa, reforçamos nossa posição como referência em hospitalidade e bem-estar", afirma Henrique Abreu, Assistente de diretoria do Venit Hotéis

VII Fórum Nacional da Hotelaria recebe Mário Sérgio Cortella

No dia 15 de setembro, o Pullman São Paulo Vila Olímpia sediará a sétima edição do FNH

Hotel que tem localização estratégica, infraestrutura para eventos e serviços exclusivos é referência na Barra Olímpica

- Fórum Nacional da Hotelaria com o tema "Conhecimento e Inspiração", promovido pelo FOHB - Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil Com programação das 8h às 18h, o encontro deve reunir executivos, investidores, fornecedores e especialistas da hospitalidade nacional em um ambiente propício para networking, troca de conhecimento e reflexão estratégica

Consolidado como um dos eventos mais relevantes do setor, o FNH 2025 traz como foco os desafios e oportunidades que moldam o futuro da hotelaria brasileira em um cenário de transformações tecnológicas, sociais e econômicas. "A hotelaria está em constante evolução, e o Fórum se tornou essencial para anteciparmos tendências e compartilharmos experiências que fortalecem nosso ecossistema", afirma Orlando Souza, Presidente executivo do FOHB.

Um dos grandes destaques desta edição será a participação do filósofo Mário Sérgio Cortella, reconhecido por sua atuação como educador, escritor e filósofo. Nascido em Londrina (PR), é mestre e doutor em Educação, professor-convidado da Fundação Dom Cabral e autor de mais de 40 livros. Ex-secretário municipal de Educação de São Paulo, Cortella leva ao Fórum uma palestra centrada em temas como liderança, propósito e o papel das pessoas na transformação organizacional.

O Fórum apresenta diferentes áreas de impacto para o setor por meio de palestras com especialistas renomados. Cristiano Vasques, Sócio-diretor da HotelInvest, trará perspectivas sobre investimentos e o desempenho da hotelaria em 2025. Cristina Souza, CEO da Gouvêa Food Service, oferecerá insights sobre o food service e as principais tendências de consumo alimentar Já Guilherme Dietze, Presidente do Conselho de Turismo da Fecomercio SP, discutirá a economia brasileira e o turismo como vetor estratégico de desenvolvimento

A programação inclui com o patrocínio do Grupo R1, Hans Donner, referência mundial em design televisivo e criador da identidade visual da Rede Globo. Em sua palestra "Live Your Time: Design, Tempo e Vida", Donner propõe uma reflexão sensível e provocadora sobre como o design influencia nossa percepção do tempo. Outro nome confirmado é Paulo Mâncio, Diretor executivo da CBRE, que trará uma leitura estratégica sobre o mercado imobiliário corporativo e seus desdobramentos na hotelaria,

Com tema "Conhecimento e Inspiração" evento reúne líderes e investidores para debater sobre o futuro do setor

diante de um contexto de reposicionamento e novas dinâmicas econômicas.

Completam a grade de conteúdo nomes como Guilherme Horn, investidor e head do WhatsApp para Brasil, Índia e Indonésia, e referência em inovação corporativa, com o patrocínio de B2B, Letsbook e TOTVS.; Paulo Salvador, professor da ESSEC Business School Paris e sócio da Noctua Advisory, apresentando resultado e análise da pesquisa de canais de distribuição; e Wilson Ferreira Jr., grande especialista de matriz energética, elucidando sobre fontes sustentáveis e mercado livre de energia.

O Fórum conta com o apoio institucional de marcas que fortalecem o ecossistema da hospitalidade no Brasil. Entre os mantenedores estão: Anuga, ApenPortas e Mobiliário, B2B. reservas, CVC Corp, Equipotel, Grupo R1, Letsbook, Nespresso Professional, Rentv, Seara Food Solutions, Shift e TOTVS

O evento também tem patrocínio diamante do Grupo R1; patrocínio ouro da CNC e Visite São Paulo; patrocínio prata da Amenix e Brasgraphics; além do apoio da Heineken e apoio educacional do Senac. Hotel oficial do evento: Pullman Hotels and Resorts.

Tivoli Ecoresort Praia do Forte celebra 40 anos com festa especial

Nesse mês de agosto o Tivoli Ecoresort Praia do Forte completa quatro décadas de uma história que redefiniu o turismo sustentável no Brasil. Para celebrar os 40 anos, o resort baiano apresenta uma edição histórica do Tivoli Tropical, com dois dias de festa. Na sexta-feira, dia 22 de agosto, o pôr do sol ganha trilha sonora especial com Tatau. No sábado, dia 23, Timbalada e Fafá de Belém se unem para uma apresentação única, desenhada especialmente para essa noite, unindo dois ícones da música brasileira pela primeira vez. A festa de sexta-feira será embalada por sucessos que atravessaram gerações e ecoam como hinos do verão brasileiro. Tatau, que eternizou "Arerê" e "Pipoca", com o Araketu, imprime sua energia ao sunset. Já no sábado, a Timbalada — criadora de clássicos como "Beija-Flor" e "Mimar Você" — se une à voz potente e afetiva de Fafá de Belém, eternizada na canção "Vermelho". "A celebração dos 40 anos do Tivoli Ecoresort Praia do Forte é um

Edição especial do Tivoli Tropical terá encontro inédito de Timbalada e Fafá de Belém e sunset ao som de Tatau

momento muito especial para nós. Mais do que uma festa, é a reafirmação da nossa essência: um resort que nasceu com o propósito de valorizar a cultura, a natureza e a hospitalidade baiana Este ano, essa celebração se torna ainda mais simbólica ao coincidir com os 40 anos do axé, um movimento que transformou a música brasileira e que, assim como o Tivoli, segue inspirando gerações. Queremos proporcionar aos nossos hóspedes uma experiência inesquecível, com muita alegria e, claro, com a energia contagiante da Bahia", afirma João Corte-Real, Diretor geral do Tivoli Ecoresort Praia do Forte.

Quarenta anos depois de ter transformado a Praia do Forte em um polo de turismo sustentável, o Tivoli Ecoresort segue como referência. O empreendimento foi pioneiro ao estabelecer uma arquitetura integrada à paisagem e uma relação ativa com a comunidade local, muito antes de o turismo responsável se tornar um imperativo global O resort nasceu com a visão de que preservação e desenvolvimento não apenas podem, mas devem coexistir. E assim foi: 80% da área original segue intocada, e a cultura local permanece viva, impulsionada por projetos sociais, ambientais e educacionais que transformaram a vida de centenas de famílias da região. Atualmente, o Tivoli Ecoresort Praia do Forte é um destino desejado por quem busca mais do que uma estada: quer uma vivência que combine sofisticação descomplicada, imersão na natureza e o calor humano que só a Bahia sabe oferecer. São 287 acomodações voltadas para o mar, sete piscinas espalhadas pelo terreno, gastronomia que privilegia ingredientes locais, além do Anantara Spa, eleito por seis vezes consecutivas como melhor spa de resort da América Latina pela World Spa Awards

Trul Hotéis comemora boa performance do Wyndham Garden São Paulo Convention Nortel

Apenas três meses após assumir a administração do Wyndham Garden São Paulo Convention Nortel, na zona Norte da capital paulista, a Trul Hotéis, comemora um crescimento expressivo do empreendimento. No comparativo entre os meses de abril a junho de 2024 e 2025, a receita bruta do hotel teve crescimento de 36%, saltando de R$ 4,7 milhões para R$ 6,4 milhões O resultado é reflexo direto do modelo de gestão da administradora, que equilibra controle rigoroso de despesas com ações estratégicas focadas em marketing, vendas e excelência na experiência do hóspede. O Wyndham Garden Nortel ainda conta com um diferencial estratégico que é ter anexo o Espaço Immensità, um centro de evento para até 3 mil pessoas O empreendimento tem à frente hoje o Gerente geral Dalmo Valim.

No mesmo período, a ocupação cresceu 29%, passando de 39,69% para 51,06%, e o RevPAR (Receita por Quarto Disponível), um dos principais indicadores de desempenho hoteleiro, avançou 32% A diária média também subiu, mesmo em um cenário de pressão sobre preços, alcançando R$ 537,49. "O resultado é consequência de um trabalho técnico, que combina inteligência comercial, forte presença nos canais de distribuição e foco absoluto na entrega de valor ao cliente final. Temos um time comprometido com a performance e com a satisfação do hóspede — e isso reflete em ocupação, tarifas e, principalmente, rentabilidade", afirma André Bekerman, Diretor geral da Trul Hotéis.

Segundo ele, o bom desempenho foi puxado especialmente pelos meses de abril e maio. Em abril, a receita cresceu 44% e o RevPAR teve alta de 40% em relação ao mesmo mês do ano anterior. Já maio apresentou um aumento de 57% na receita e de 54% no RevPAR, com destaque também para o salto de 55% na ocupação, mostrando rápida resposta às ações implementadas. Junho manteve a curva positiva com avanço de 8% na receita e crescimento de 15% na ocupação. "A performance do Wyndham Garden São Paulo Convention Nortel reforça a consistência da nossa metodologia. Estamos crescendo de forma sustentável, entregando resultados em múltiplas frentes e mostrando ao mercado que é possível unir eficiência operacional com valorização de ativos", destaca Luciano Carvalho, Diretor de desenvolvimento de negócios da Trul

O Wyndham Garden São Paulo Convention Nortel conta com um diferencial estratégico que é ter anexo o Espaço de eventos Immensità

Conotel 2025 debaterá caminhos para favorecer o ambiente de negócios na hotelaria e no turismo no País

A 67ª edição do CONOTEL - Congresso Nacional de Hotéis que será promovido pela ABIH Nacional - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis deverá ser um dos pontos altos da grade de programação da Equipotel. O evento acontece dentro da feira nos dias 16 e 17 de setembro, no Expo Center Norte, em São Paulo. O CONOTEL leva para a edição de 2025 o tema "Eficiência e inovação para um futuro vitorioso". Concentra sua programação na parte da tarde e contará com apresentações de profissionais de destaque, abordando as principais questões políticas e institucionais que envolvem a hotelaria e o turismo brasileiro, e que proporcionarão insights valiosos para os participantes. "Nosso compromisso é oferecer experiências e conteúdos que reflitam todos os pilares da hospitalidade Por meio de parcerias estratégicas, como a que temos com a ABIH Nacional, conseguimos ampliar a troca de conhecimento e fortalecer ainda mais o papel da Equipotel como um ponto de encontro essencial para o setor. Estar ao lado da ABIH Nacional no Conotel 2025 reforça nossa missão de contribuir para o desenvolvimento da hotelaria no Brasil", afirma Daniel Pereira, Gerente da Equipotel

No primeiro dia de evento (16/09), após a solenidade de abertura, a primeira palestra "Cenários econômicos e políticos: onde estamos e para onde vamos?" será profenda pelo jornalista de política e economia, William Waack. Em seguida, com início às 16h30, o professor de educação física e especialista em qualidade de vida e saúde, Marcio Atalla, trará o tema "Tempestade perfeita: vida em movimento vitorioso"

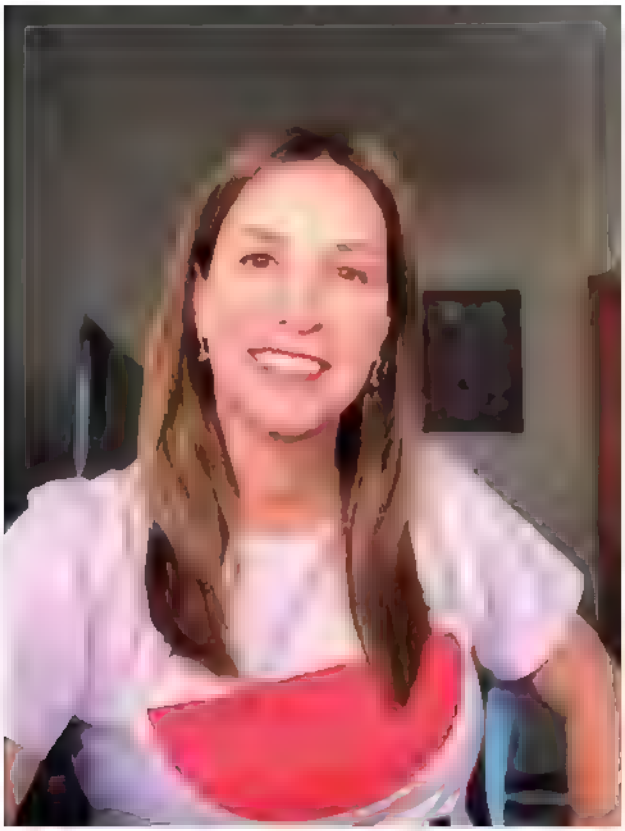
No segundo dia do congresso (17/09), às 15h00, Gabriela Maria Schwan Poltronieri, Co-founder e conselheira da Rede Swan Hotéis, falará sobre "Hotelaria e turismo: uma visão do negócio pela ótica do empreendedorismo feminino". Logo após, às 16h00, será a vez de Maurício Vianna, fundador da MJV Consultoria, como tema "Tendências de varejo + IA aplicadas à hotelaria". Para encerrar a programação de 2025, às 17 horas, a campeã de ginástica artística, Daiane dos Santos, apresenta a palestra motivacional "Conversa com Campeã".

Para Manoel Linhares, Presidente da ABIH Nacional, a intenção do Conotel é fortalecer institucionalmente e integrar a hotelaria nacional, proporcionar momentos de confraternização e apresentar temas abrangentes que impactem e impulsionem os principais atores da hotelaria brasileira: "Comemoramos mais um ano de parceria com a Equipotel realizando a 67ª edição do Conotel Nosso objetivo é, e sempre foi, discutir as nuances e os cenários institucionais e políticos do turismo e da hotelaria no País. Em 2025, nossa programação apresenta uma série de temas, abordados com olhares diferenciados, que podem apoiar as decisões e o planejamento das empresas hoteleiros, tanto a nível operacional, quanto no quesito de investimentos, a curto e médio prazo", afirmou Linhares.

CONOTEL 2025 deverá repetir sucesso de edições anteriores atraindo bom público

RCI lança 2ª fase da campanha Sócio Influencer

Após o sucesso da primeira edição, a RCI, empresa de destaque mundial em serviços de viagens no setor da Propriedade Compartilhada, dá início à segunda fase da campanha "Sócio Influencer", com duração de mais um semestre e premiações ainda mais atrativas. A ação, que estreou de forma inédita no Brasil em 2024, reforça a estratégia da empresa de potencializar o intercâmbio de férias, se aproximar cada vez mais do consumidor final e posicionar a marca como peça central na experiência de férias de milhares de brasileiros. Com mais de mil conteúdos enviados pelos sócios, com imagens e vídeos reforçando o desejo do viajante de compartilhar suas experiências e contribuindo significativamente para a visibilidade da marca RCI, a primeira fase da campanha superou as expectativas. "Nosso objetivo era gerar conexão e engajamento genuínos com os nossos sócios — e fomos surpreendidos de forma extremamente positiva com conteúdos autênticos, criativos e cheios de personalidade Foi emocionante ver nossos sócios mostrando o quanto aproveitam suas férias com a RCI. Essa participação reforça o que mais valorizamos: proporcionar experiências memoráveis e inspirar cada vez mais viagens felizes em família", diz Fabiana Leite, Diretora de Desenvolvimento de Negócios América do Sul da RCI.



Fabiana Leite: "Nosso objetivo era gerar conexão e engajamento genuínos com os nossos sócios "

A campanha segue a mesma lógica da primeira fase, mas com prêmios ainda mais desejados. Ao postar fotos ou vídeos no Instagram marcando o perfil oficial da RCI (@rciferiasbrasil), o sócio já estará concorrendo. Todo mês, uma comissão técnica independente seleciona a melhor publicação, premiando as três mais impactantes, com vouchers de R$600, R$500 e R$300. Ao final dos cinco primeiros meses, os cinco vencedores disputarão o título de melhor Sócio Influencer, por meio de sorteio, com o grande prêmio sendo um Iphone 16 Pro MAX.

A novidade dessa edição fica por conta da criação de desafios todo mês para aumentar o engajamento e promover o compartilhamento de conteúdos específicos pelos sócios. No primeiro mês, o desafio, por exemplo, envolve compartilhar momentos em família e vale um prêmio extra. uma câmera instantânea Instax.

Costao Vacation Club celebra 10 anos de operação

O Costao do Santinho Resort celebra uma década de história de seu Vacation Club, modelo baseado em multipropriedade que une flexibilidade, fidelização e acesso a destinos exclusivos ao redor do mundo. Em 10 anos de operação, o clube soma resultados expressivos: mais de 16 mil famílias atendidas, 22 mil reservas no Costao e em destinos internacionais, clientes em todos os estados brasileiros e 88 mil diárias vividas com qualidade e alto índice de aprovação – a satisfação média dos usuários é superior a 94%

Mais do que números, os resultados refletem uma tendência em expansão. O mercado global de vacation ownership — que inclui produtos como multipropriedade, timeshare e clubes de férias — segue em ritmo acelerado. De acordo com o Business Research Insights indica o mercado global de timeshare foi de US$ 21,08 bi em 2024, previsto para atingir US$ 38,94 bi até 2033, com um crescimento anual médio de 7,1%. Entre os fatores que impulsionam esse desempenho estão o aumento do turismo internacional, a digitalização da experiência do cliente, a busca por opções mais sustentáveis e o desejo por mais flexibilidade na hora de viajar. "No Brasil, o modelo de multipropriedade ganhou força

Modelo segue em ascensão no Brasil e no mundo, impulsionado pela busca por experiências e flexibilidade nas viagens

especialmente após a regulamentação do setor em 2018, e resorts como o Costao se consolidaram como cases de sucesso, oferecendo um produto estruturado, com confiança, segurança jurídica e capilaridade de destinos", destaca Rafael Pires, Diretor de novos negócios do Costao

No contexto nacional, o setor de multipropriedade vem se profissionalizando e ganhando espaço nas estratégias de grandes empreendimentos turísticos. Dados da ADIT Brasil – Associação para o Desenvolvimento Imobiliário e Turístico Sustentável do Brasil apontam que o número de unidades de multipropriedade no País saltou mais de 150% entre 2019 e 2023 A expectativa é que o Brasil ultrapasse a marca de 200 mil propriedades fracionadas ativas até 2030. "O Vacation Club nasceu para transformar o jeito de viajar das pessoas, oferecendo acesso recorrente ao lazer com planejamento e conforto. Ao longo dos anos, aprimoramos nossa entrega, expandimos os destinos e mantivemos um nível de excelência que nos orgulha muito", afirma o fundador do Costao, o empresário Fernando Marcondes. Atualmente, mais de 1.570 colaboradores estão envolvidos direta ou indiretamente nas operações do clube.

Para o Costao, a comemoração dos 10 anos do Vacation Club não representa apenas um marco no calendário, mas a consolidação de um modelo que se conecta às novas demandas dos viajantes. "Estamos atentos às transformações do mercado e aos desejos das famílias. A experiência, o bem-estar e a liberdade de escolha são pilares fundamentais para os próximos anos", finaliza Rafael Pires

Jurema Vacation Club apresenta crescimento em 2025

O Jurema Vacation Club, programa de férias compartilhadas do Jurema Águas Quentes, registrou crescimento expressivo no primeiro semestre de 2025. Comparado ao mesmo período de 2024, o programa cresceu 70.4%.

Os dados do primeiro semestre deste ano refletem ainda um aumento de 18,3% acima do projetado para este ano. "Acredito que nosso sucesso se dá ao grande diferencial que concedemos aos clientes na experiência e exclusividade que eles têm em fazer parte do Jurema Vacation Club. Nosso pacote de benefícios é robusto e com grande percepção de valores de nossos clientes", explica Taciane Borghi, Gerente do programa.

Com predominância no estado do Paraná, o público do Jurema Vacation Club está principalmente em Maringá, cidade a 148 km do complexo de resorts Jurema Águas Quentes. O município representa 36% das vendas, seguido por Curitiba, capital do estado localizada a 410 km do resort, e Londrina, a 200 km.

O público-alvo do programa de férias também é o público primário do complexo de resorts. Os dados representam um cenário nacional no comportamento desse tipo de viajante. De acordo com a pesquisa "Hábitos de Viagens e Lazer dos Compradores de Férias Compartilhadas do Brasil", da Caio Calfat e Mapie, a terceira motivação da compra desse modelo de férias, com 49%, é a possibilidade de viajar com frequência para o destino favorito. "Temos muitos hóspedes habitués do resort que acabam se apaixonando pelo Jurema Vacation Club e descobrindo uma ótima oportunidade de passar mais tempo aqui, além de encontrar benefícios exclusivos", comenta Taciane.

Equipe do Jurema Vacation Club, programa que cresceu mais de 70% em 2025

Hospitalidade personalizada
para encantar nos
CONDITIONER
FRESH TEA
SHAMPOO
FRESH TEA
WESTIN
BODY LOTION
FRESH TEA
WESTIN
FRESH TEA
Harus

Accor é reconhecida pelo GPTW Diversidade em duas categorias

A rede francesa esteve entre os destaques da sexta edição do ranking "Melhores Empresas para Trabalhar – Listas Diversidade", promovido pelo GPTW – Great Place to Work Brasil. A companhia foi reconhecida em 2º lugar na categoria "LGBTI+" que premiou 10 empresas entre 268 inscritas, e 9º lugar na categoria "Mulheres", entre as 35 reconhecidas e 409 participantes, ambas na classificação Grandes Empresas. O anúncio foi feito durante uma cerimônia realizada em São Paulo, reunindo representantes das companhias com as melhores práticas de inclusão e diversidade no ambiente corporativo. Este é o quarto ano consecutivo que a Accor é reconhecida pelo prêmio.

O ranking é construído a partir da avaliação dos colaboradores sobre a empresa onde trabalham, além de indicadores apresentados pelas organizações em relação às suas políticas de diversidade e inclusão. Nesta edição, o GPTW avaliou mais de 2 mil empresas, premiando aquelas que se destacaram em sete categorias: Pessoas com Deficiência, Primeira Infância, 50+, LGBTI+, Étnico-Racial, Mulher e Jovens Potências.

As empresas reconhecidas na premiação demonstraram um compromisso consistente e exemplar com a promoção da diversidade, implementando políticas efetivas de combate à discriminação, canais de denúncia anônima, orientação estratégica em diversidade, equidade e inclusão (DE&I) e mecanismos de monitoramento de seus indicadores. Na Accor, esses esforços têm gerado resultados concretos: 21% dos colaboradores no Brasil se autodeclaram parte da comunidade LGBTI+ e a presença feminina em cargos de liderança alcançou 53% em 2024. Os dados são reflexo de um ambiente de trabalho acolhedor, seguro e representativo, além de evidenciar o engajamento da empresa com a construção de uma cultura corporativa plural e inclusiva

Para Fernando Viriato, SVP de Talento & Cultura Accor Américas na divisão Premium, Midscale & Economy, o reconhecimento fortalece o propósito da empresa de promover ambientes cada vez mais diversos. "Na Accor, acreditamos que o respeito às individualidades e a promoção da equidade devem estar no centro de qualquer estratégia de gestão de pessoas. Ser reconhecido pelo GPTW Diversidade é motivo de orgulho e, ao mesmo tempo, uma responsabilidade de seguirmos avançando na construção de um futuro do trabalho mais justo e inclusivo para todos", afirma

Fernando Viriato, Laís Souza e Camila Nadal, da Accor, na premiação do GPTW Diversidade 2024/25

Fairmont Rio promove parceria com a Make-A-Wish Brasil

O Marine Restô, restaurante do Fairmont Rio Copacabana, apresenta em seu menu uma sobremesa especial que une sabor e solidariedade Em parceria com a Make-A-Wish Brasil — instituição que realiza desejos de crianças com doenças graves —, o restaurante apresenta o Bolo Três Leites de Coco e Abacaxi, criação exclusiva que também pode ser solicitada via room service.

A sobremesa é uma verdadeira celebração tropical: bolo de coco molhado com calda de coco, finalizado com mousse da fruta e chantilly, tuile de amêndoas e castanha de caju, abacaxi confitado com licor Malibu e lascas de coco. A combinação harmoniza texturas e sabores, proporcionando uma

Sobremesa do Marine Restô terá parte da renda revertida para a instituição Make-A-Wish Brasil

experiência leve e sofisticada à altura da vista para a praia de Copacabana.

Parte da renda arrecadada com a venda será destinada à Make-A-Wish Brasil, colaborando com a realização de sonhos de crianças em tratamento médico. A iniciativa reforça o compromisso do Fairmont Rio com ações de impacto social por meio da gastronomia afetiva e consciente

A parceria entre o Fairmont Rio de Janeiro e a Make-A-Wish Brasil começou há cerca de dois anos com ações que uniram colaboradores do hotel e voluntários da organização, como o brunch solidário realizado em setembro de 2022, que arrecadou fundos para apoiar a instituição

Golden Tulip Natal Ponta Negra recebe selo de sustentabilidade

O hotel recebeu o selo internacional 'Hotel Sustainability Basics 2025' concedido pelo WTTC - World Travel & Tourism Council Limited (Conselho Mundial de Viagens e Turismo). O certificado reconhece o hotel como referência em indicadores de sustentabilidade autenticados globalmente na indústria hoteleira de hospitalidade

Para receber a chancela, o Golden Tulip Natal Ponta Negra passou por uma auditoria independente e atendeu a rigorosos critérios técnicos de avaliação de medição e redução do consumo de energia, água, resíduos e emissões de carbono. "É um orgulho imenso receber esse reconhecimento. Ele projeta nosso hotel como estabelecimento que se preocupa e implementa ações de cuidado com a saúde do planeta e, consequentemente, com o bem-estar de hóspedes, parceiros de negócios e sociedade em geral. O selo mostra também que estamos crescendo atentos ao futuro do ecossistema, entendendo que a geração de valor mudou. E que é fundamental que questões socioambientais estejam incorporadas ao nosso dia a dia, na nossa hospitalidade", celebra o Gerente de marketing do hotel, Guilherme Pinheiro.

O WTTC trabalha para aumentar a conscientização sobre viagens e turismo como um dos maiores setores econômicos do mundo. A missão do conselho é maximizar o potencial de crescimento inclusivo e sustentável do setor por meio de parcerias com governos, destinos, comunidades e outras partes interessadas. O objetivo é também impulsionar o desenvolvimento econômico, criar empregos, reduzir a pobreza e promover a paz, a segurança e a compreensão em nosso mundo.

Hotel foi reconhecido com certificado internacional 'Hotel Sustainability Basics 2025'

Localização privilegiada e requinte

Moderno e bem localizado, o Golden Tulip Natal Ponta Negra é ideal para quem busca um hotel sofisticado e com boa gastronomia. Próximo ao Centro de Convenções de Natal, é de fácil acesso aos litorais Norte e Sul, aos polos industriais da cidade e à principal rota ao novo aeroporto, na cidade de São Gonçalo.

Com vista privilegiada para a Praia de Ponta Negra, possui 161 quartos amplos e confortáveis, divididos em quatro categorias: standard, superior, deluxe e master suíte. Todas as unidades são equipadas com TV, ar-condicionado, frigobar, cofre e internet wi-fi gratuita aos hóspedes. Conta também com quartos totalmente adaptados a portadores de necessidades especiais (PNE). O hotel oferece ainda piscina, fitness center, business center, estacionamento coberto com manobrista, serviço de mensageiros, room service 24 horas, além de quatro salas de eventos com capacidade para acomodar até 200 pessoas e duas salas de apoio. O café da manhã é incluído na diária do hóspede.

Cyan Resort by Atlantica inaugura Parque Aventura

Com um investimento de R$ 2,8 milhões, o Cyan Resort by Atlantica acaba de inaugurar o Parque Aventura. Trata-se de um circuito de lazer que contempla uma tirolesa com 15 metros de altura, atravessando todo o complexo aquático do resort, além de um percurso de arvorismo para os hóspedes vivenciarem de perto a exuberante natureza que circunda o empreendimento, localizado em Itupeva, a 45 minutos de São Paulo.

Essas atrações de lazer agregaram ainda mais aos serviços prestados pelo Cyan Resort

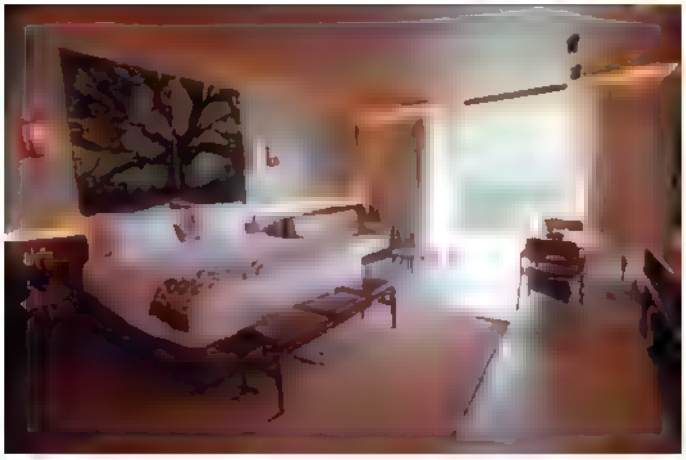
Outra novidade é o lançamento do novo Kids Club, agora denominado Tixa Club. O espaço, que leva o nome do mascote do resort, Tixa, tem área de 42 m² com escorregador, piscina de bolinhas, cozinha cenográfica, circuito e diversas atividades lúdicas e interativas para a criançada se divertir. "Apresentar novos atrativos de lazer e experiências exclusivas de hospedagem é nosso principal objetivo, sempre incluindo adultos, jovens, idosos, crianças e pessoas com mobilidade reduzida. A infraestrutura do resort conta com quartos térreos, cadeiras de acessibilidade nas piscinas e uma natureza que convida ao relaxamento", afirma Francisco Henriques, Gerente geral do Cyan Resort by Atlantica.

Ele destaca que o Parque Aventura é mais uma opção que os hóspedes vão encontrar para criarem memórias incríveis e emocionantes. "Recentemente, o resort também implementou melhorias significativas em sua estrutura. A piscina da área externa, por exemplo, foi coberta e agora varia temperatura entre 27°C a 30°C, podendo ser utilizada durante o ano todo. Além disso, foi implantada uma sauna de estilo europeu, que está localizada em frente ao lago do resort, tornando-se mais um espaço de relaxamento no Cyan, e a criação de uma quadra poliesportiva", completa o executivo.

Ele revela que entre os projetos futuros estão a criação de um spa, um novo restaurante, uma sky bike (bicicleta suspensa) e a SkyBridge. Também estão previstas experiências náuticas como canoagem e stand-up paddle no lago que contorna o resort, valorizando ainda mais a exuberante natureza local.

Parque do Avestruz Eco Resort anuncia retrofit e mais novidades

Em sintonia com o crescimento do turismo de lazer e do ecoturismo no Brasil, o Parque do Avestruz Eco Resort anuncia projeto de expansão com transformação temática completa, inspirada em um autêntico safári africano. A iniciativa integra uma série de melhorias estruturais e operacionais, como a expansão das acomodações e revitalização de áreas



Parque do Avestruz Eco Resort anuncia expansão do hotel com retrofit e nova experiência de safari

comuns, como recepção, academia, cozinha e piscinas, que são fruto de um investimento expressivo, com o objetivo de proporcionar uma experiência ainda mais imersiva e diferenciada para os hóspedes. "Acreditamos na força do turismo sustentável e de experiências memoráveis. Nosso objetivo é transformar o Parque do Avestruz em um destino único no País, onde natureza, aventura, conforto e ludicidade se conectam", afirma Fabiana Silveira, Diretora de marketing do resort.

Com uma área total de 400 mil m², o resort dará vida a um safári completo, com ambientações visuais e sonoras, trilhas imersivas e a presença de animais vivos, como avestruzes, porcos, cavalos, galinhas, pavões, cabras e bodes convivendo com esculturas mecatrônicas em tamanho real de animais selvagens, como elefantes, girafas, hipopótamos e onças. A transformação contempla toda a ambientação do resort, incluindo decoração, uniformes, brinquedos e sinalizações temáticas, criando um universo lúdico que envolve crianças e adultos

Modernização e ampliação de acomodações

Além da tematização, o projeto inclui a expansão das acomodações de 97 para 121 suítes, além da revitalização de áreas

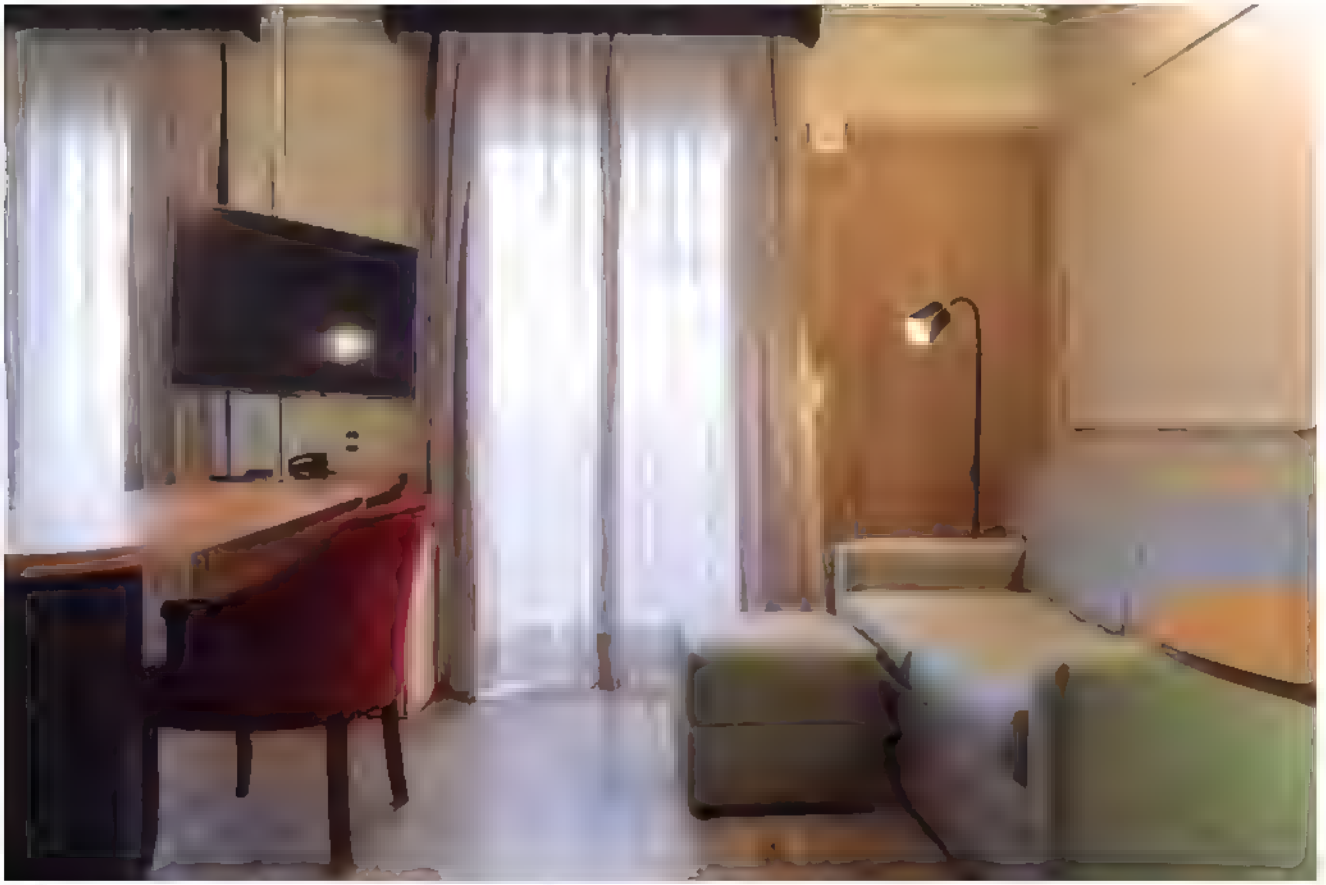
comuns, como recepção, academia, cozinha e piscinas. Entre as novidades, destacam-se os brinquedos outdoor para crianças e a construção de uma nova piscina com toboágua, prevista para outubro. Com as melhorias, o resort projeta crescimento de 10% em 2025 e ampliação da taxa de ocupação anual para até 80%. "O hóspede busca hoje uma combinação entre conforto, imersão temática e responsabilidade ambiental. Nosso retrofit foi pensado exatamente para atender essa expectativa", pontua Fabiana

Blue Tree Towers Millenium Porto Alegre passa por modernização

Empreendimento inicia neste mês de julho o processo de modernização em sua estrutura. Como parte da iniciativa, o hotel lança a nova categoria Suíte Luxo Premium, que traz ambientes mais amplos, confortáveis e conectados às exigências do viajante contemporâneo.

O projeto inclui a renovação de acomodações da categoria luxo, que passarão a contar com banheiros totalmente atualizados, com nova iluminação, espelho de aumento, pia e nicho funcional. Os quartos também ganham novo mobiliário, poltronas, chaleiras elétricas com kit chá, além de elementos que reforçam o aconchego e design moderno do espaço "A nova suíte promete elevar ainda mais a experiência de estadia, oferecendo um ambiente contemporâneo, elegante e acolhedor, ideal tanto para viajantes a lazer quanto a negócios Acreditamos que a hospitalidade deve acompanhar a evolução do estilo de vida dos hóspedes", afirma Chieko Aoki, Presidente da Blue Tree Hotels.

Com apartamentos divididos em categorias, o Blue Tree Towers Millenium Porto Alegre oferece uma estrutura completa de hospedagem e serviços. O hotel conta com piscina coberta e aquecida, fitness center, lobby bar, restaurante com cardápio que mescla pratos da culinária regional e internacional, além de seis salas de reuniões e eventos com capacidade para até 160 pessoas em formato auditório. O room



Blue Tree Towers Millenium lança nova categoria de suíte luxo premium

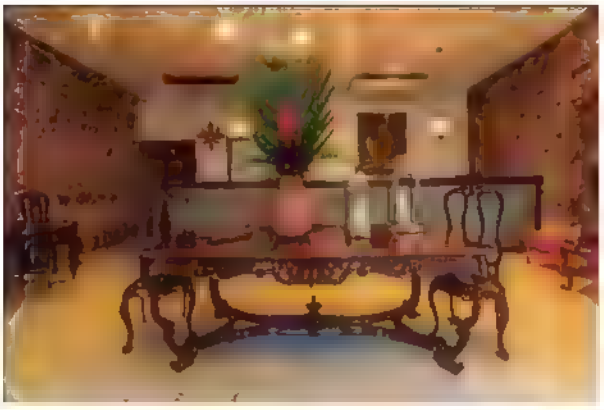
service funciona 24 horas e o café da manhã está incluso na diária.

Localizado a apenas 25 minutos do Aeroporto Salgado Filho e com vista privilegiada para a nova Orla do Guaíba e o Parque Marinha do Brasil, o Blue Tree Towers Millenium é uma escolha para quem busca conforto, praticidade e uma estadia memorável em Porto Alegre.

Pousada Porto Imperial apresenta novidades na recepção e piscina

No coração de Paraty, a Pousada Porto Imperial "abraça" os hóspedes desde o check in até o momento do check out com uma estrutura em clima colonial que foi pensada para oferecer aconchego e conforto. A experiência foi atualizada após reformas realizadas no último mês. "A recepção ganhou uma cara nova e dobrou de tamanho. Na decoração, móveis rústicos tornam o ambiente mais imponente e proporcionam maior comodidade aos clientes", conta o Gerente da pousada, Rodholfo Gomes.

Entre as experiências da Pousada Porto Imperial, há uma piscina que ganhou um "banho de loja" com a troca dos pisos. "É um espaço convidativo após um dia de passeios na região. No inverno, a hidromassagem com água aquecida é uma ótima pedida para um momento de relaxamento do casal", conclui Rodholfo. Ainda sobre as ofertas de lazer, destaque para a sauna e o bar Safári e Lounge com menu que inclui o drink "Jorge Amado", um clássico da região preparado com licor



Obras aprimoram experiência dos hóspedes, do check-in ao check-out

Gabriela e receita secreta. Há uma oferta de facilidades aos hóspedes, como internet wi-fi, estacionamento privativo, ambiente fitness, room service e café da manhã incluso na diária. A Pousada Porto Imperial é composta por 41 confortáveis apartamentos, todos equipados com ar-condicionado, TV a cabo, frigobar, banheiro privativo, telefone, secador de cabelo, cofre, além de amenities da Granado

Batizados com nomes de personalidades femininas da nossa cultura, como Carmem Miranda, Elis Regina, Tarsila do Amaral, Clarice Lispector e Anita Garibaldi, os apartamentos estão classificados em quatro categorias: Standard (16 uh's), Superior (17 uh's), Suíte Familiar (3 uh's) e Suíte Master (7 uh's).

O Barretos Park Hotel investe R$ 2 milhões no complexo de lazer

O único hotel anexo ao Parque do Peão de Barretos, iniciou a segunda etapa da primeira fase de expansão de seu complexo de lazer. Com um investimento superior a R$ 2 milhões, a obra acaba de ser entregue. A novidade desta fase é a construção da "Praia do Peão", um espaço inovador de mais de 5.000 m2, que promete posicionar Barretos como novo polo regional de turismo ecológico e esportes aquáticos no estado de São Paulo. Inspirada em destinos de lazer ao ar livre, a Praia do Peão é composta por extenso banco de areia, coqueiros, duchas, área para natação, deck de pesca e um bar completo, além de nove quiosques, cinco bangalôs VIPs e estrutura para locação de brinquedos aquáticos como caiaques, pedalinhos, bikeboats e stand-up paddle (individual e família). Haverá ainda recreação monitorada, guarda-vidas, duchas de banho, banheiros exclusivos e opções gastronômicas, ampliando a experiência para todas as idades

Reconhecido pela arquitetura que remete integralmente ao universo sertanejo, como sua torre construída em formato de ferradura e fontes em formato de violão, o empreendimento contratou a arquiteta responsável pelo seu projeto original, Antônia Zélia Ferreira, para elaboração do projeto de expansão. "Estamos atentos às tendências do turismo e às demandas dos nossos hóspedes. A construção da 'Praia

Perspectiva de como será a nova área de lazer do Barretos Park Hotel

do Peão' é uma resposta direta ao crescente interesse por atividades ao ar livre e contato com a natureza", afirma Adriano Santos, Gerente geral do Barretos Park Hotel

Anacardier Privé Hotel inaugura novos bangalôs e anuncia spa

As novas acomodações são espaçosas e reúnem regalias como jardim privativo, banheira e piscina de borda infinita O exclusivo Anacardier Privé Hotel, única hospedagem reservada para adultos no vilarejo de Atins (MA), está ampliando a sua capacidade de receber pessoas com a entrega de três grandes bangalôs, dois deles com 69 m² e um com 77 m² de área privativa. Comparados às demais acomodações do hotel, eles só ficam atrás em tamanho da Casa Anacardier, que tem 99 m² e possui dois quartos e rooftop

Com capacidade para até duas pessoas, os novos bangalôs dispõem de jardim privativo com divisória de biriba para maior privacidade, banheira de imersão, varanda coberta e piscina externa orgânica com banco interno e borda infinita. No quarto, espaço para roupas, penteadeira, mesa de trabalho, cama em tamanho queen, sofá, frigobar e bancada com TV completam o projeto.

Pendentes e arandelas de palha, assim como mobiliário e outros itens decorativos feitos com materiais naturais, reforçam a proposta do hotel de valorizar a regionalidade e também o seu compromisso com a sustentabilidade "Os novos bangalôs estão alinhados ao conceito do Anacardier de unir rusticidade, design, conforto e natureza, exaltando a cultura local e promovendo o respeito ao meio ambiente", comenta a empresária Ana Donato, proprietária da hospedagem. A fim de criar momentos únicos de relaxamento e cuidado com o corpo e a mente, um spa passará a funcionar em breve dentro do hotel As obras estão avançadas e a previsão é que o novo espaço inicie suas atividades ainda este ano.

Os novos bangalôs são muito confortáveis

Intercity Aeroporto Porto Alegre reabre totalmente renovado

Pouco mais de um ano após as enchentes que atingiram o Rio Grande do Sul, o Intercity Aeroporto Porto Alegre, empreendimento da ICH Administração de Hotéis, reabre suas portas com um projeto totalmente renovado. A reabertura marca um novo capítulo na história do hotel, que agora se reposiciona como mais moderno hotel do 4º Distrito de Porto Alegre, oferecendo uma proposta visual e estrutural contemporânea, funcional e sofisticada. Combinando conforto, elegância e praticidade, o empreendimento proporciona aos hóspedes uma experiência acolhedora, ideal tanto para quem viaja a negócios quanto a lazer.

Nesta nova fase, o restaurante assume um papel central, integrado a um espaço externo que reúne jardim, piscina e lareira - um ambiente que convida ao relaxamento e à convivência Cada vez mais presente no universo das viagens, o bleisure - tendência que une compromissos de negócios (business) com momentos de lazer (leisure) - inspira a nova proposta do hotel, que é proporcionar uma experiência completa que vai além do trabalho, com espaços pensados para o bem-estar e o descanso dos hóspedes.

Pensado para receber bem todos os públicos, o hotel agora oferece um completo kids club, com recursos para entreter e divertir as crianças, como mesinhas, lápis de colorir, lousa de giz, brinquedos e TV. Ao lado, uma academia equipada com aparelhos modernos e de última geração está disponível 24 horas por dia, proporcionando flexibilidade total aos hóspedes

O centro de eventos também foi completamente repaginado, incorporando novas salas em estilo casual, com equipamentos de alta tecnologia. Com isso, o espaço está preparado para atender com excelência às mais variadas demandas do segmento corporativo e social, com capacidade para até 230 pessoas

Com este reposicionamento, o Intercity Aeroporto Porto Alegre consolida-se como a principal referência em hospitalidade no 4º Distrito. Sua estrutura renovada, aliada a um serviço de excelência e à localização estratégica, reafirma o compromisso da rede Intercity em oferecer experiências completas e contemporâneas, conectadas às novas demandas do viajante moderno. Marcando esse novo momento, todos os sábados o hotel serve buffet de feijoada completa, com preço fixo, aberto ao público

Mais de um ano após enchentes, empreendimento entra em uma nova fase, se reposicionando na capital gaúcha

Marriott lançou bandeira City Express no Brasil

O lançamento aconteceu no dia 15 de julho com a assinatura de um contrato entre a Marriott International com a empresa Fábrica de Hotéis para iniciar a expansão de sete propriedade da marca City Express by Marriott no Brasil. Essa bandeira categoria midscale foi projetada para atender às necessidades de viajantes de negócios e lazer que buscam acomodações modernas, confortáveis e bem localizadas, com excelente custo-benefício. Atualmente, a City Express by Marriott está presente em cinco países, com outros seis mercados e mais de 60 projetos em desenvolvimento — evidenciando seu rápido crescimento e impacto crescente no segmento de hospitalidade midscale. "Estamos entusiasmados em continuar nossa colaboração com a Fábrica de Hotéis para trazer a marca City Express by Marriott ao Brasil. Este acordo reflete nosso compromisso contínuo em combinar a escala global da Marriott com a expertise local — oferecendo acomodações eficientes e de alta qualidade, com acesso às nossas plataformas e ao ecossistema Marriott Bonvoy", destacou Federico Greppi, Chief Operations da Marriott International para o Caribe e América Latina

Já Tarcysio Malheiros, Diretor da empresa Fábrica de Hotéis, está com uma expectativa bem otimista dessa parceria e revela que: "Acreditamos que a hospitalidade é um vetor silencioso de desenvolvimento. O City Express by Marriott no Nordeste não é apenas um novo hotel — é a conexão entre uma marca global e o potencial econômico da região", disse Malheiros.

Federico Greppi Chief Operations da Marriott International para o Caribe e América Latina assinando o contrato ladeado por outros diretores da Marriott e da Fábrica de Hotéis

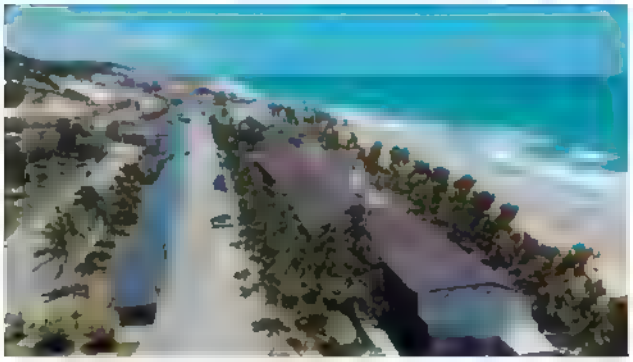
As sete novas propriedades que acabam de ser assinadas contribuirão com mais de 750 quartos em destinos estratégicos e de alto crescimento no Nordeste do Brasil, reforçando o compromisso da Marriott em ampliar o acesso a acomodações de qualidade em mercados emergentes. Assim como o The Westin Porto de Galinhas e o The Westin João Pessoa, as novas propriedades City Express terão design assinado pelo estúdio de arquitetura DPA, com foco na integração harmoniosa com o ambiente local e na criação de experiências imersivas para os hóspedes. A execução ficará a cargo da Casa Orange, incorporadora especializada em empreendimentos imobiliários de alto padrão, com foco em inovação, sustentabilidade e qualidade

A primeira unidade dessa bandeira City Express by Marriott será em Ipojuca no Complexo Industrial Portuário de Suape, importante polo de desenvolvimento econômico e industrial do Brasil E a próxima unidade será em Porto de Galinhas, um dos principais destinos turísticos do País, com abertura até 2028. Enquanto isso, no início de 2028, a marca também planeja expandir para as cidades de Natal e Fortaleza, com novas propriedades. O objetivo dessa parceria é ter 30 hotéis no Nordeste do Brasil com essa bandeira nos próximos 15 anos Esses hotéis atenderão a uma ampla gama de hóspedes — desde profissionais do setor público e de energia até turistas de praia e viajantes urbanos — oferecendo opções de hospedagem inteligentes, bem localizadas e adequadas tanto para negócios quanto para lazer.

GoldMen Hospitality assume operação do Hotel Vila do Mar Natal

A GoldMen Hospitality Group assumiu oficialmente a operação do Hotel Vila do Mar Natal, um dos empreendimentos hoteleiros mais tradicionais da Via Costeira, uma das regiões mais valorizadas e turísticas da capital potiguar, e anunciou um investimento de R$12 milhões em modernização gradual ao longo da operação. O hotel passará a operar sob a bandeira GoldMen Joy, voltada ao segmento de lazer.

Com 210 apartamentos, todos com sacada e vista para a praia, o Vila do Mar ocupa mais de 49 mil m² à beira-mar, combinando localização estratégica, estrutura e forte apelo turístico. Sua infraestrutura inclui quatro piscinas, espaço kids, playground,



O Hotel Vila do Mar Natal passará a operar sob a bandeira GoldMen Joy

restaurante panorâmico, spa, salão de beleza, quadras de vôlei de areia, loja de conveniência e acesso direto a uma extensa faixa de cerca de 500 metros de praia praticamente privativa.

Outro destaque é o centro de eventos, que conta com nove salas moduláveis e capacidade para até 1 000 pessoas, atendendo ao público corporativo e social com flexibilidade e estrutura completa.

Segundo Vagner Sardinha, Sócio e Diretor de Novos Negócios, Vendas, Distribuição e Marketing da GoldMen Hospitality, para o Grupo, é uma satisfação e um privilégio assumir um hotel com a história e a relevância do Vila do Mar. "Um produto com ótima estrutura, em uma localização estratégica e pronto para um novo capítulo. Nosso papel será somar com uma gestão técnica, investimentos consistentes e uma visão clara de futuro. Vamos iniciar um processo gradual de modernização, sempre com foco na experiência do hóspede e na valorização desse ativo tão especial", afirmou.

O plano de investimentos prevê a modernização dos apartamentos, revitalização das áreas comuns e expansão dos serviços e experiências oferecidos. O hotel passa a integrar o portfólio da divisão hoteleira do grupo, GoldMen Hotels & Resorts, que já conta com as bandeiras GoldMen Select, GoldMen Business, GoldMen Express e a recém-criada GoldMen Joy.

A GoldMen Hospitality segue em expansão e deve anunciar em breve novos empreendimentos, fortalecendo sua presença no mercado nacional com um modelo de gestão voltado à valorização do ativo e excelência na operação.

PLUMATEX
COLEÇÃO HOTEL & SPA

Trul Hotéis assume Executive Inn Fernandópolis (SP)

A operadora hoteleira Trul Hotéis anunciou a assinatura de mais um contrato e passa a administrar o Executive Inn Fernandópolis, localizado no interior de São Paulo. Com essa nova adição, a empresa atinge a marca de 18 empreendimentos em seu portfólio em todo o Brasil e já soma cinco contratos assinados somente em 2025. A meta para este ano é ultrapassar 2.500 apartamentos administrados, consolidando sua presença em destinos estratégicos e com alto potencial de retorno.

Atualmente, a empresa já está presente com hotéis nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Sul e Bahia.

Antes operado como Transamerica Executive Fernandópolis, sob a gestão da Atlantica Hospitality International, o hotel agora passa a integrar oficialmente o portfólio da Trul Hotéis. A unidade passa a se chamar Executive Inn Fernandópolis, refletindo o novo posicionamento da marca e sua proposta de valor voltada à performance e à experiência do hóspede.

Com localização privilegiada, dentro do Shopping Center Fernandópolis e próximo à Rodovia SP-320, o hotel oferece fácil acesso a cidades importantes da região, como São José do Rio Preto, Mirassol e Votuporanga. O perfil do empreendimento atende tanto ao público corporativo quanto ao de lazer e conta com 126 apartamentos, além de infraestrutura completa com estacionamento gratuito, café da manhã, restaurante, recepção 24h, room service, fitness center, wi-fi gratuito, salas de reuniões para até 60 pessoas e estrutura pet friendly.

Segundo Alejandro Moreno, Diretor-presidente da Trul Hotéis, "com a chegada do Executive Inn Fernandópolis, ampliamos nossa atuação no Estado de São Paulo, onde já somamos seis hotéis. É gratificante ver que um dos mercados mais competitivos da hotelaria nacional reconhece e confia em nosso modelo de gestão, que une performance com uma entrega de experiência personalizada para o hóspede", afirma.

Empreendimento hoteleiro fica dentro do Shopping Center Fernandópolis e próximo à Rodovia SP-320

Para Luciano Carvalho, Diretor de Desenvolvimento de Negócios da Trul, o novo contrato reforça a estratégia de expansão da empresa. "Nossa meta é ultrapassar 20 empreendimentos até o final deste ano. O mercado está cada vez mais em busca de soluções de gestão que garantam longevidade com sustentabilidade aos ativos. Isso só é possível com uma visão atualizada sobre o comportamento do novo viajante, aliando tecnologia, processos e encantamento", diz.

A trajetória da Trul tem sido marcada por uma abordagem ousada e alinhada às novas dinâmicas da hospitalidade. A operadora tem se especializado em impulsionar ativos por meio da integração entre gestão eficiente e experiências memoráveis, explorando o potencial de diferenciais como parques aquáticos, centros de convenções, gastronomia de alto padrão, enoturismo e conceitos lifestyle. Essa visão multiformato, combinada à expertise do corpo executivo com sólida atuação na hotelaria tradicional e na multipropriedade, tem colocado a Trul em posição de destaque no Brasil.

Actuall Convention by Summit Hotels reabre em Minas Gerais

A partir de 1º de setembro, Minas Gerais contará com uma novidade na hotelaria e no turismo de eventos: será inaugurado oficialmente o Actuall Convention by Summit Hotels, em Contagem, na Região Metropolitana de Belo Horizonte. Localizado na divisa com Betim e a poucos km da Stellantis (Fiat), o hotel reabre as portas com nova gestão, estrutura renovada e foco total em oferecer excelência em hospitalidade e grandes eventos.

Com classificação 4 estrelas e uma localização estratégica, pretende se tornar um dos principais centros de hospedagem e convenções do País. Seu centro de convenções é o maior de Minas Gerais, com capacidade para receber até 2.500 pessoas, ideal para congressos, feiras, encontros corporativos e religiosos. Ao longo de sua história, o local já sediou eventos de alto nível, consolidando-se como uma referência na região.

O hotel conta com 150 quartos amplos, confortáveis e bem equipados, além de uma estrutura completa para o bem-estar e a comodidade dos hóspedes:

PLUMATEX
COLEÇÃO HOTEL & SPA

Com nova gestão e estrutura renovada Actuall Convention tem foco em eventos

restaurante, bar, piscina, academia, estacionamento e wi-fi gratuito. A apenas 21 km do Aeroporto da Pampulha, o Actuall também se destaca pela facilidade de acesso às principais vias que ligam Belo Horizonte ao interior e outras regiões do País.

A reabertura do Actuall marca o início de uma nova fase. Com a gestão da Summit Hotels, uma das redes que mais crescem no Brasil, o empreendimento chega ao mercado com padrão elevado de serviços e foco na excelência em hospitalidade. A rede, fundada em 2018, é conhecida por seu compromisso com qualidade, inovação e eficiência operacional.

Louvre Hotels lança bandeira midscale Tulip Hotels & Residences

A Louvre Hotels Group-Brazil lançou para o mercado brasileiro a bandeira midscale Tulip Hotels & Residences. Trata-se de uma marca voltada para estadias curtas, médias e longas. Ela terá hotéis e residências híbridas projetadas para estadias de curto, médio e longo prazo. Os empreendimentos estarão localizados, principalmente, em capitais e cidades secundárias, próximos a centros de negócios, lazer e transportes.

A Tulip Hotels & Residences é a mais nova bandeira do grupo francês, que já possui Royal Tulip, Golden Tulip e Tulip Inn em seu portfólio, entre outras, como Kyriad, Campanille, Sarovar e Hosho para atender às diversas necessidades do mercado hoteleiro.

CONFIANÇA E CONFORTO ANDAM JUNTOS

E disso a Sealy Hotelaria Premium entende bem!

Nº1 EM COLCHÕES DO MUNDO!

Conforto é um dos pilares da experiência que oferecemos no Parque do Avestruz Eco Resort, e é por isso que confiamos na Sealy desde a nossa inauguração.

Mais do que fornecedores, eles são parceiros que compartilham conosco o compromisso com qualidade, bem-estar e excelência na hospitalidade. Cada detalhe importa quando o objetivo é proporcionar descanso verdadeiro, e os colchões Sealy fazem parte dessa entrega.

É uma honra manter essa parceria ao longo dos anos e ver nossos hóspedes elogiarem tanto a qualidade do sono quanto toda a experiência do resort.

Fabiana Silveira
Sócia-proprietária do Parque do Avestruz Eco Resort

Leia o QR Code e **conheça a nova página de Produtos para Hotelaria Plumatex e Sealy.**

Ofereça uma ***experiência premium para os seus hóspedes!***

Sealy PLUMATEX COLEÇÃO HOTEL & SPA
plumatex.com.br
Siga a Plumatex nas redes sociais: /plumatex

A proposta da Tulip Hotels & Residences é unir conforto urbano, hospitalidade e comodidade, combinando elegância nas acomodações e espaços híbridos com instalações práticas e arquitetadas para criar ambientes acolhedores e funcionais.

De acordo com o CEO da Louvre Hotels Group-Brazil, Paulo Michel, a nova bandeira midscale oferece um conceito híbrido de estilo de vida que combina os universos do hotel, da casa e do escritório. "Além de novos espaços plurais que permitem aos hóspedes combinar trabalho e lazer A proposta é disponibilizar ambientes perfeitos para estadias curtas, unindo funcionalidade e estilo de vida em uma experiência elegante e adaptável", diz.

O intuito da nova bandeira é também que seja o lar definitivo distante de casa, onde os hóspedes possam aproveitar ao máximo uma estadia mais longa. "E também que hóspedes e visitantes desfrutem de versatilidade, flexibilidade e conforto dos espaços e de serviços de alta qualidade, além de excelente custo-benefício, sendo o equilíbrio perfeito entre negócios e lazer", acrescenta o CEO

Identidade visual

A identidade visual do Tulip Hotels & Residences busca refletir os pilares da bandeira Tulip: destacando sua origem holandesa, conforto, elegância, acolhimento, casualidade, descontração e serviço personalizado. As cores básicas são preto e coral. "A ideia da identidade visual da nova bandeira é transmitir design lúdico e descontração natural a hóspedes e visitantes nacionais e internacionais, fazendo com que se sintam bem-vindos e em casa desde o momento em que chegam e reflitam a essência do cliente Tulip: 'Nômades do Estilo de Vida'. Além de criar conexões genuínas, usando uma linguagem inclusiva, atenciosa, elegante e acolhedora", conclui Paulo Michel

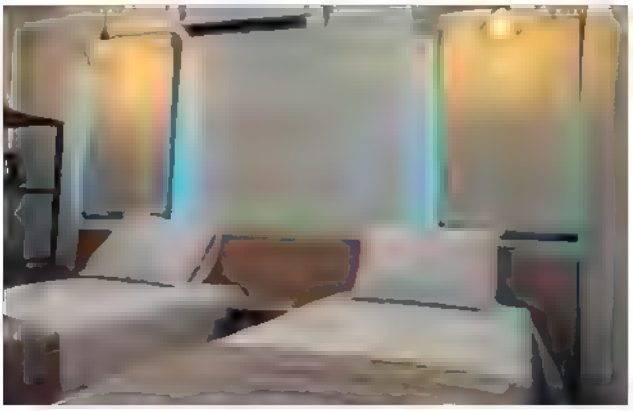
A proposta da Tulip Hotels & Residences é unir conforto urbano, hospitalidade e comodidade

Para o viajante, será uma nova bandeira internacional chegando ao Brasil e oferecendo uma categoria diferente de conforto, segurança e padrão de qualidade e atendimento internacional.

Rede Bristol amplia seu portifólio com novo empreendimento em São Paulo

A administradora hoteleira acaba de inserir em seu portfólio o Villaggio Rosa Hotel & Eventos, em Arujá, região metropolitana de São Paulo que passou a se chamar Bristol Villaggio Rosa Hotel. Com 87 acomodações, de 27 a 43 m², o empreendimento é horizontal e oferece apartamentos ideais para acomodar famílias e pequenos grupos (até 5 pessoas) O espaço organiza-se em pequenas vilas, remetendo à cultura italiana colonial: Villa Fontana (superior), Villa Toscana (família), Villa Roma (standard casal) e Villa Capri (standard twin) Todas as acomodações contam com ar-condicionado, TV, frigobar, secador de cabelo e internet. Na Villa Fontana os hóspedes também contam com máquina de café, cofre e mezanino.

O empreendimento apresenta uma estrutura de alto padrão, fitness center, com quadras de beach tennis e beach volley, salão de jogos, spa, play ground infantil com tirolesa, piscina com borda infinita, cachoeira e hidromassagem com água climatizada; jardim com fire place, chafariz e piso sensorial, sauna finlandesa, redário, prainha com deck e gazebo, e muita área verde para promover o descanso e o lazer Está preparado para receber eventos corporativos e particulares, pois apresenta uma ótima estrutura de eventos e capela ecumênica, o que permite realizar meditação, retiros espirituais, mini-weddings e confraternizações corporativas.



O Bristol Villaggio Rosa Hotel conta com 87 acomodações de 27 a 43 m²

foto freepik.com

Notícias e referência dos melhores hotéis e destinos globais para inspiração nas suas próximas viagens

Venha nos seguir no Instagram

REVISTAHOTEIS

LGPD completa seis anos, mas com baixa adesão dos hotéis

A grande maioria dos meios de hospedagens no Brasil ainda não se adequaram a lei que trata da proteção de dados de seus hóspedes e nem treinaram seus colaboradores, pois acham um custo desnecessário e ficam contando com a sorte de não sofre ataques de hackers

Como os hotéis coletam muitos dados sensíveis dos hóspedes, é um dos segmentos que mais sofrem ataque dos hackers

Ao se hospedar em um hotel, você já deve ter se deparado com a seguinte situação: Preenche a FNRH – Ficha Nacional de Registro de Hóspedes, uma exigência legal da EMBRATUR, e lá estão muitos dados sensíveis e pessoais que os hotéis tem a obrigação de guardar e proteger contra vazamento. Essas fichas muitas vezes ficam expostas nos balcões do check-in podendo ser subtraídas. E dias após o check-out você começa a receber uma série de mensagens do hotel em seu e-mail oferecendo vantagens para uma nova hospedagem, ou pacotes promocionais, mas fica a questão: Você autorizou o uso desses dados? E qual a garantia que possui do tratamento desses dados? Para disciplinar a questão, entrou em vigor no dia 18 de setembro de 2019, uma das leis mais discutidas em todo o nosso ordenamento jurídico. Trata-se da Lei 13.709 que regulamenta a proteção de dados pessoais dos cidadãos brasileiros, conhecida pelo acrônimo LGPD. Ela teve como base de estudo o GDPR – General Data Protection Regulation, da União Europeia e com isso o Brasil passou a ter uma das leis mais avançadas no mundo. Essa lei regulamenta a política de proteção de dados pessoais e privacidade, modifica alguns dos artigos do

Marco Civil da Internet e ainda estabelece novos marcos para o modo como empresas e órgãos públicos tratam a privacidade e a segurança das informações de usuários e clientes

A partir do dia 18 de setembro de 2019, todas as empresas que lidam com o armazenamento e tratamento de dados, incluindo dados pessoais, deveriam ter se enquadrado e estar obedecendo os requisitos do texto da lei. E o próprio cidadão, detentor das informações, pode ser o principal fiscal dessa conduta. A LGPD está em vigor e tem de ser cumprida sob risco de sanções de até 2% do faturamento da empresa, podendo chegar até R$ 50 milhões. Mas prestes a completar seis anos no próximo mês de setembro, o que se nota no mercado é que práticas abusivas continuam sendo realizadas por muitos hotéis com o uso dos dados dos hóspedes e a grande maioria ainda não se adequou. E por incrível que pareça, muitos hotéis ainda desconhecem essa tal "sopa de letrinhas chamada LGPD". Ou ainda acham que investir na segurança dos dados dos hóspedes é custo desnecessário e contam com fator sorte.

Dura realidade do setor

Essa é a realidade que Jorge Muniz, especialista em segurança da informação do setor hoteleiro tem encontrado em suas consultorias ou cursos, no qual é contratado. "Eu ainda me surpreendo com a falta de conhecimento de mais de 90% do setor hoteleiro a nível nacional em relação a LGPD. E quando trago esse número não falo apenas da parte operacional, me refiro também a gestores, stakeholders e proprietários. Muitos sequer ouviram falar da lei, não se preocupam, deixam para segundo ou último plano. Mas quando realmente começam a entender do assunto, os impactos que isso causará no hotel que trabalham e que esse conhecimento lhe protegerá e aos seus, a visão começa a ficar diferenciada, mais apurada para o assunto Os resultados mais perceptíveis pós curso é a mudança de comportamento em relação a segurança da informação e a privacidade de dados. Por se tratar de um assunto que impacta a vida profissional e a pessoal, e quando se veem dentro dos cenários exemplificados no curso, começam a entender a importância da pauta. Com isso, começam a aplicar os conhecimentos em suas vidas e consequentemente no hotel que trabalham e estão mais preparadas para evitarem incidentes de segurança e consequentemente vazamentos de dados. Mas ainda temos um longo caminho a seguir", assegura Muniz.

Jorge Muniz: "Mesmo tendo hotéis que já sofreram ataques hackers, eles ainda contam com a sorte e sequer tem a preocupação de tentar evitar que novos ataques ocorram novamente"

Segundo ele, a LGPD para milhares de hotéis ainda é de longe sua maior prioridade. "Mesmo tendo hotéis que já sofreram ataques hackers nesse ano de 2025, eles ainda contam com a sorte e sequer tem a preocupação de tentar evitar que novos ataques ocorram novamente. Já tenho conhecimento de hotéis que sofreram ataques no Nordeste e Centro-Oeste e mesmo assim os hotéis ainda não dão a devida importância para esse assunto Mas tenho certeza de que essa atitude se dá, seja por falta de conhecimento, por falta de fiscalizações mais rigorosas ou por acharem que um ataque virtual nunca irá acontecer no seu hotel. Para efeito de comparação, em dez hotéis que visito, todos pecam por desconhecimento de assuntos tão triviais e que nem imaginam que um simples clique de um mouse pode paralisar toda a operação por dias ou até mesmo permanentemente. Se os hoteleiros descobrissem

como o compliance com a legislação é importante e benéfica, todos os hotéis estariam em processo de adequação, pois a LGPD, junto aos controles de segurança da informação, irão mitigar riscos e garantirão a continuidade da operação do seu hotel" afirma Muniz.

Investimento desnecessário?

Como a maioria dos gestores hoteleiros possuem o péssimo hábito de achar que todo investimento é um custo desnecessário, milhares de hotéis espalhados pelo Brasil afora nunca treinaram seus colaboradores nesse quesito, pois acham que treinamento é custo. Mas é um risco assumido que pode impactar os serviços prestados e paralisar toda a operação, caso aconteça um ataque de hacker. Somado a isso, haverá uma série de sanções e aplicações jurídicas. Segundo a pesquisa da PWC 2018, 30% dos colaboradores e 28% de ex-colaboradores são as duas principais causas de incidentes em segurança da informação. "Nos meus cursos e treinamentos hoteleiros pelo Brasil afora tenho encontrados muitas situações adversas e absurdas como ausência de um manual de boas práticas relacionadas à segurança de dados; política de privacidade genérica (copia e cola) de outro site e colocaram nos seus, ausência do encarregado de dados (esse profissional precisa ter o conhecimento das legislações de proteção e privacidade de dados, segurança da informação, leis setoriais) pois ele será a pessoa que conduzirá o hotel a manter a conformidade, descarte de papéis com dados pessoais no lixo comum; compartilhamento de logins e senhas; ausência de redes segmentadas (hóspedes, eventos e administrativo); falta controle de acessos; utilização de sistemas falsificados; os emails phishing ainda continuam sendo os mais comuns para os hackers roubarem os dados que os hotéis deveriam proteger. Mas ele é apenas mais um dos conjuntos de falhas processuais que os hotéis enfrentam diariamente em sua operação", esclarece Muniz.

Josmar Giovannini Jr, especialista em privacidade e proteção de dados pessoais, lembra que como toda nova cultura

Josmar Giovannini Jr: "Os hotéis flertam com consequências reputacionais e financeiras ao negligenciarem estas questões"

implementada, a LGPD também enfrenta desafios no Brasil. "Muitos deles associados ao desconhecimento das empresas sobre suas responsabilidades enquanto agentes de tratamento de dados pessoais ou aos custos envolvidos na execução de adequações completas e corretas exigidas pela LGPD. Na área hoteleira, quando os hotéis decidem não seguir as normas que orientam suas adequações à LGPD, eles passam a assumir um grande risco. Os hotéis flertam com consequências reputacionais e financeiras ao negligenciarem estas questões, principalmente em razão do volume de dados pessoais, inclusive sensíveis, que tratam. Os colaboradores nem percebem que manuseiam dados pessoais que deveriam ser tratados conforme procedimentos internos de proteção e os princípios legais da LGPD", revela Josmar

Ele apresenta a planilha abaixo em que traz alguns casos de violações que resultaram em sanções aplicadas pelas respectivas autoridades de proteção de dados locais. "O setor hoteleiro brasileiro tem uma chance ímpar de aprender com essas ocorrências globais e tomar as medidas necessárias de adequação. Cabe aos hotéis decidirem se transformarão a conformidade em diferencial competitivo para seus hóspedes — ou se preferirão "pagar para ver".

Turismo é mais do que visitar. É viver, cuidar e transformar. Saia do raso e mergulhe no que realmente importa: se envolva com culturas locais, colabore com comunidades, se informe sobre a biodiversidade, preserve paisagens únicas, compartilhe histórias e cuide dos destinos que ama. Cada atitude faz a diferença. Saia do raso e viaje com propósito.

Realização CNC Senac Senac

Parceiro INSTITUTO AUPABA

Saiba mais sobre turismo responsável.

	Caso	Autoridade & País	Valor da sanção[1]	Motivo central
1	**Marriott International**	ICO – Reino Unido	£ 18,4 mi (≈ € 20,6 mi)	Falhas de segurança que expuseram dados de 339 mi de hóspedes (caso Starwood) (hunton.com)
2	**Accor S.A.**	CNIL – França	€ 600 000	E-mails promocionais sem consentimento, resposta deficiente a direitos dos titulares e palavra-passe fraca (gdprhub.eu)
3	**Hotel Marins Playa** (Cala Millor, ES)	AEPD – Espanha	€ 30 000	Digitalização completa de passaporte e fotografia sem base legal (gdprhub.eu)
4	**RedDoorz/Commeasure** (Singapura)	PDPC – Singapura	S$ 74 000 (≈ € 49,6 k)	Exposição de 5,9 mi de registros de hóspedes em base de dados cloud (theregister.com)
5	**NH Hotel Group** (Madrid, ES)	AEPD – Espanha	€ 8 000	Implantação de cookies não essenciais sem consentimento granular no site corporativo (Edora Consulting)

[1] Conversões cambiais aproximadas para euros apenas para comparação.

Hospitalidade responsável

Hotéis que se preocupam com o bem estar dos hóspedes deveriam levar também em consideração treinamento das equipes para assegurar uma prestação de serviços seguros. E um bom exemplo de quem já se adequou, há bastante tempo as normas da LGPD, é a Morada dos Canyons, localizada em Praia Grande (SC), na divisa com o Rio Grande do Sul. De acordo com o Diretor e Consultor dessa pousada, Messias Fernandes, a decisão de investir na adequação à LGPD não foi apenas uma resposta à legislação, mas um movimento coerente a cultura de hospitalidade responsável, ética e centrada nas pessoas. "Iniciamos o processo em 2022, participando do Projeto Caminhos da LGPD na Hotelaria realizado pela Web Security Consultoria Nosso trabalho em sustentabilidade já nos colocava em contato com a Lei e nossa responsabilidade com a proteção de dados pessoais era uma extensão natural do cuidado que sempre tivemos com nossos hóspedes Organizamos treinamento para todos os gerentes de departamentos, tanto através de workshop como treinamento presencial na Morada para os colaboradores. Através da Web Security Consultoria, trouxemos também para a cidade o Jorge Muniz, que realizou uma palestra para todo o trade, a entrada era um quilo de alimento, que foi doado para a APAE, uma maneira de proporcionar conhecimento ao trade e impactar de maneira positiva a comunidade", revela Messias.

E para o gestor hoteleiro que acha que esse investimento demanda um alto custo, Messias assegura que não e diz que: "O investimento inicial da capacitação da equipe (com foco nos setores de governança, reservas, recepção e marketing) foi de cerca de R$ 20 mil. Um custo pequeno levando em consideração a

Messias Fernandes: "Investir na adequação à LGPD não foi apenas uma resposta à legislação, mas um movimento coerente à cultura de hospitalidade responsável, ética e centrada nas pessoas"

importância da segurança — o maior valor está no ganho de confiança, reputação e na segurança conquistada. Entre os resultados conseguidos é que houve uma maior percepção dos hóspedes quanto à seriedade e profissionalismo da Morada, mais segurança da equipe na comunicação com os hóspedes sobre os dados. Mais do que cumprir uma exigência legal, escolhemos reforçar nosso compromisso com a transparência e o respeito à privacidade de nossos visitantes", destaca Messias.

Ele explica como a Morada dos Cânyons trabalha com a coleta, armazenamento, tratamento e compartilhamento de dados pessoais dos hóspedes para atender a legislação da LGPD. "A coleta de dados ocorre prioritariamente em nossos canais oficiais site, e-mail, WhatsApp corporativo e telefone. Toda informação é obtida com consentimento claro e com a devida finalidade previamente informada — como para confirmação de reserva, personalização da experiência ou comunicação institucional. O armazenamento é feito em sistema próprio com camadas de proteção digital e restrição de acessos Práticas como criptografia, autenticação em duas etapas e backups automáticos fazem parte da rotina. O compartilhamento de dados com terceiros é minimizado ao máximo e ocorre apenas com parceiros homologados (como operadoras de cartão e contabilidade), mediante contrato com cláusulas de confidencialidade. Não compartilhamos listas com parceiros comerciais ou instituições sem finalidade explícita e consentida", assegura Messias.

Em relação aos golpes mais frequentes que eles recebem na tentativa de obter dados, é através de e-mails com phishing. "Recebemos mensagens aparentemente institucionais — como falsas cobranças, notificações de bancos ou serviços em nome de órgãos oficiais — que tentam induzir o colaborador ao erro. Por isso, reforçamos práticas e temos processos bem definidos para navegação, redes sociais e WhatsApp: checagem de remetentes, atenção a links suspeitos, não abertura de anexos duvidosos, dupla confirmação de dados bancários e jamais fornecer senhas ou informações por telefone. Além disso, implementamos filtros de e-mail, atualizações periódicas de antivírus e restrições de acessos administrativos. A vigilância digital precisa ser constante, pois a engenharia social tem se tornado cada vez mais sofisticada", garante Messias. E ele finaliza deixando uma dica preciosa para os gestores hoteleiros: "Infelizmente, ainda há muitos empreendimentos que encaram a LGPD como um 'peso regulatório' ou um custo que pode ser adiado. Essa postura é arriscada não só pela vulnerabilidade jurídica e financeira, mas também porque afeta a credibilidade do negócio em um setor onde a confiança do cliente é o maior ativo. A hotelaria lida com dados extremamente sensíveis. documentos, informações bancárias, hábitos de consumo e preferências pessoais. Ignorar o tratamento adequado dessas informações é abrir brechas para vazamentos, fraudes e desgastes de imagem que podem ser irreversíveis. Por outro lado, os hotéis que compreendem o valor da conformidade ganham vantagem competitiva. A LGPD é, em essência, uma oportunidade de elevar o padrão de relacionamento com o cliente, demonstrando responsabilidade, ética e profissionalismo".

Escassez de profissionais qualificados

Essa foi a constatação do Maceió Mar Hotel em Maceió (AL) quando necessitou contratar serviços especializados para atender as normas da LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados. "Apesar de já ter decorrido quase seis anos de existência da LGPD a escassez de profissionais no mercado que assessore as empresas nesta área ainda é muito grande. Isso nos fez demandar um bom tempo até a implantação definitiva da segurança da informação no hotel. O que sabíamos e praticávamos era muito elementar e sem um assessoramento muita coisa precisava ser adaptada e melhorada inclusive no quesito de qualificação dos funcionários. Hoje, finalmente o Maceió Mar hotel está adequado ao que determina a LGPD inclusive com uma política de privacidade em nosso site e com um DPO nomeado. Curiosamente o investimento não foi tão alto quando comparado aos benefícios que tivemos com as implementações O maior gasto nesse processo foi com os treinamentos dos funcionários, que por termos uma quantidade grande, com 379, foram necessárias cinco turmas distintas em dias diferentes tratando do mesmo tema. Além disso adquirimos alguns equipamentos como fragmentadoras e TVs e gastos gráficos com placas informativas", revela Clóvis do Amaral, Gerente geral do hotel.

Clóvis do Amaral: "Para adequar nosso hotel à LGPD o investimento não foi tão alto quando comparado aos benefícios que tivemos com as implementações"

De acordo com ele, após o treinamento da equipe e implantação de procedimentos operacionais para atender a LGD, os resultados já foram vistos nos dias seguintes, principalmente no que se refere aos cuidados com seus próprios dados que circulam dentro do hotel. "Um exemplo disso são os descartes do comprovante de registro do ponto eletrônico Esses documentos eram encontrados em todos os cantos do hotel desde sala de descanso até corredores. Depois da aplicação do curso de qualificação e do entendimento da importância dessas informações essa prática de descartar os comprovantes acabou. Fazendo uma comparação do antes e depois, eu posso dizer que hoje o Maceió Mar Resort está muito mais preparado se for vítima de um ataque cibernético. Hoje temos políticas bem alinhadas, funcionários instruídos e processos adequadamente desenhados. O maior ganho foi de fato o conhecimento através da capacitação de todos quanto importância da lei e sua aplicabilidade. Quando começamos a implantação me deparei com funcionários que sequer conheciam a LGPD e os riscos para a empresa por não atender os padrões exigidos. Além disso o conhecimento adquirido em termos de segurança da informação não é apenas para a empresa e sim para a vida pessoal, o que facilitou o entendimento e adesão", concluiu Amaral

Os dados do hotel vazaram e agora?

São várias sanções que o hotel pode receber. Advertência, proibição do exercício da atividade, suspensão parcial ou total das atividades, multas e a publicização da infração. Esta última causará prejuízos enormes, pois com a publicização da infração, os hóspedes perderão a confiança com a marca, perderá vantagens competitivas e abrirá espaço para a concorrência. Esses fatores irão causar prejuízos financeiros incalculáveis. Outro fator grave oriundo de um incidente de segurança ou vazamento de dados, é a falta de um

plano de continuidade de negócios. Como os gestores não possuem conhecimento da lei, dificilmente entre seus colaboradores terá algum devidamente preparado para ajudar o hotel a sair desse cenário de crise. Ou seja, além das sanções, a operação pode ficar paralisada temporariamente ou definitivamente. Para preparar um hotel preventivamente, os processos precisam estar mapeados, os riscos devem ser monitorados, o hotel precisa de um plano de continuidade de negócios, políticas de segurança da informação e backups e o ponto zero: treinar e capacitar os colaboradores.

De acordo com a Advogada Rubia Ferrão, que também é Professora de Direito Digital e Proteção de Dados Pessoais e Sócia do escritório Pigão/Ferrão/Fioravante, a ocorrência de incidentes de segurança não é uma questão de "se", mas de "quando". Por isso, é fundamental identificar os riscos específicos do negócio, adotar medidas de salvaguarda como backups, firewalls e protocolos de segurança, além de promover ações educativas voltadas tanto aos colaboradores quanto aos clientes, especialmente para prevenção de golpes e ataques de engenharia social, que têm sido cada vez mais sofisticados. "O setor hoteleiro, por exemplo, tem sofrido com páginas falsas que acabam usando a marca de hotéis, pousadas e resorts para coletar dados dos clientes e aplicar golpes. Embora as empresas também sejam vítimas desse tipo de crime, a exposição da marca pode gerar impactos negativos. Em razão disso, monitorar o uso indevido da marca na Internet e criar alertas preventivos ao público são estratégias essenciais para mitigar esse tipo de risco. A questão dos incidentes passou recentemente a contar com regulamentação específica da ANPD - Autoridade Nacional de Proteção de Dados, o que reforça a necessidade de as empresas se prepararem para eventuais falhas ou vazamentos, os quais, quando causarem risco e dano relevante aos titulares, precisarão ser reportados a autoridade e aos próprios titulares. Nesse cenário, a adoção de boas práticas não é apenas uma exigência legal, mas uma medida estratégica para preservar a confiança do cliente e proteger a reputação da marca. Além disso, a ANPD considera a existência de políticas de boas práticas e de governança como critério relevante na fixação das sanções, o que reforça ainda mais a importância da conformidade proativa", menciona.

Rubia Ferrão: "A LGPD 'pegou' e hoje está no radar de empresas de todos os portes e segmentos"

Para quem ainda acredita que a LGPD ainda não pegou no Brasil, a Advogada Rubia diz que: "Sim, a LGPD 'pegou' e hoje está no radar de empresas de todos os portes e segmentos. Além disso, os titulares de dados pessoais têm se mostrado cada vez mais conscientes de seus direitos, cobrando das organizações um tratamento ético, seguro e transparente de suas informações. O número de denúncias perante a ANPD também cresceu exponencialmente. No entanto, a efetividade da lei depende não apenas da sua existência formal, mas da implementação concreta por parte das entidades públicas e privadas, bem como da atuação contínua e estruturada da ANPD - Autoridade Nacional de Proteção de Dados, responsável por zelar, implementar e fiscalizar o cumprimento da LGPD no Brasil. A ANPD tem se mostrado progressivamente mais atuante. Já foram aplicadas sanções reais, como advertências, multas, bloqueios de uso de dados e determinações de publicização das infrações, atingindo tanto entes públicos quanto empresas privadas. Esses casos demonstram que a fiscalização existe e que a adequação à LGPD deve ser tratada como prioridade estratégica pelas organizações".

Para estar em conformidade com a LGPD, a Advogada Rubia diz que é essencial que as empresas sigam ao menos esses 10 passos.

1. Registrem suas operações de tratamento de dados pessoais. Isso significa mapear, em cada departamento, quais tipos de dados são tratados, qual a finalidade de uso, qual a base legal que fundamenta esse tratamento e com quem essas informações são eventualmente compartilhadas;

2. Cumpram os princípios da LGPD, como finalidade, adequação, necessidade, livre acesso, qualidade dos dados, transparência, segurança, prevenção, não discriminação, responsabilização e prestação de contas,

3. Respeitem os direitos dos titulares, como o direito de confirmação da existência do tratamento, acesso aos dados, correção, anonimização, bloqueio ou eliminação de dados desnecessários, portabilidade, informação das entidades públicas e privadas com quem é feito uso compartilhado, oposição ao tratamento de seus dados e revisão de decisões automatizadas,

4. Estabeleçam um canal de comunicação com os titulares, ou seja, com clientes, hóspedes ou funcionários, para atendimento de solicitações relacionadas aos seus direitos;

5. Incluam cláusulas específicas sobre proteção de dados nos contratos com colaboradores, parceiros comerciais, fornecedores e clientes;

6. Nomeiem um encarregado pelo tratamento de dados pessoais (DPO), por ato formal e por escrito, com a divulgação de seus dados de contato de forma acessível;

7. Adotem e documentem as medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito,

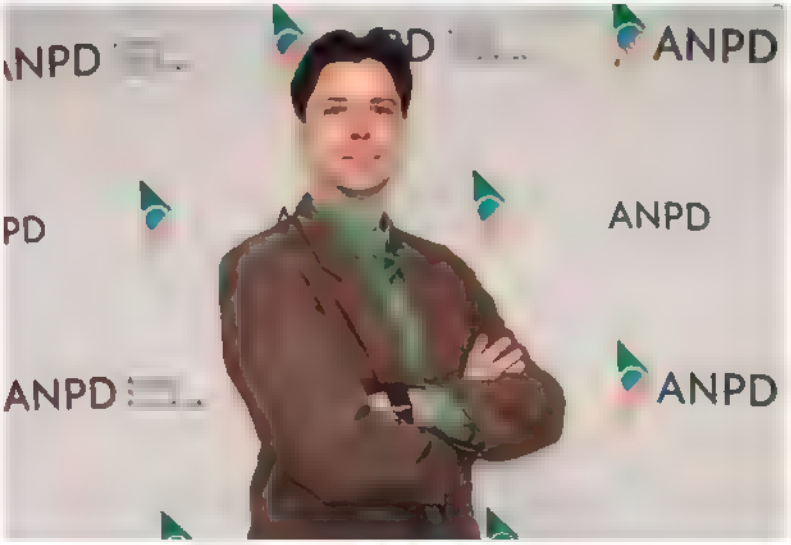
8. Revisem os prazos de guarda dos dados;

9. Criem políticas internas que documentem a Governança em Proteção de Dados Pessoais, assim como eleve a transparência em Avisos de Privacidade constantes nos sites;

10. Realizem ações educativas e treinamentos da equipe sobre o tema de proteção de dados e de segurança.

Ações de conscientização e fiscalização

A ANPD – Autoridade Nacional de Proteção de Dados tem realizado um trabalho importantíssimo junto a outros órgãos em prol da sociedade brasileira, entretanto a ANPD não possui braços suficientes para poder realizar ações de conscientização e fiscalização em todos os tipos de empresas. Por ser uma lei relativamente nova, ainda existem muitos pontos a serem melhorados (dar mais clareza) em alguns artigos e nas ações educativas pela própria autoridade. Entretanto, o serviço que realizam está sendo muito eficiente, embora não tenhamos ações diretas para o setor de turismo De acordo com Fabrício Guimarães Madruga Lopes, Coordenador-Geral de Fiscalização da ANPD (CGF/ANPD), a fiscalização prevê as seguintes atividades. monitoramento, orientação, prevenção e repressão das infrações à LGPD. "A aplicação de cada instrumento ocorre de acordo com o nível de engajamento e a resposta do agente regulado Para o exercício de tal competência, a ANPD utiliza como instrumento os processos de fiscalização – mecanismo essencial para apurar a conformidade das condutas de um controlador de dados pessoais em relação à LGPD. Esses processos podem ser de natureza responsiva (como é o caso do Procedimento de Fiscalização, do Procedimento de Monitoramento e dos Procedimentos de Apuração de Incidente de Segurança e de Comunicação de Incidente de Segurança)



Fabrício Guimarães Madruga Lopes: "O rito do processo de fiscalização é dinâmico e varia conforme o comportamento da empresa fiscalizada"

ou repressiva (Procedimento Preparatório e o Processo Administrativo Sancionador). As medidas a serem adotadas pela ANPD (seja em sua atuação responsiva, seja na atuação repressiva) exigem o cumprimento de etapas elementares de processos administrativos, incluindo contraditório e ampla defesa", explica Fabrício.

Ele finaliza informando que o processo de fiscalização tem por finalidade avaliar determinado tratamento de dados pessoais Para isso, a depender do objetivo da fiscalização, podem ser analisados vários aspectos do tratamento, por exemplo: a finalidade do tratamento; a origem dos dados pessoais tratados; quais dados são tratados; o nível de transparência que o controlador dá a esse tratamento; ferramentas para exercícios de direito do titular; medidas de segurança da informação; e compartilhamento dos dados pessoais. "É a partir da análise dessas informações que a fiscalização avalia a conformidade do tratamento e informa ao controlador sobre a necessidade de medidas para corrigir falhas no tratamento. As exigências, em sua maior parte, variam segundo a finalidade, a hipótese legal e os riscos associados ao tratamento de dados pessoais. O rito do processo de fiscalização é dinâmico e varia conforme o comportamento da empresa fiscalizada. No que diz respeito às certificações, é importante esclarecer que não há previsão na LGPD para a criação de certificações oficiais ou obrigatórias pela ANPD, exceto no caso específico das transferências internacionais. As certificações atualmente oferecidas por empresas privadas não têm qualquer relação, validação, endosso ou aceitação pela ANPD", concluiu Fabrício

Fabrício Guimarães Madruga Lopes: "É a partir da análise dessas informações que a fiscalização avalia a conformidade do tratamento e informa ao controlador sobre a necessidade de medidas para corrigir falhas no tratamento"

Risco de apagão de mão de obra na hotelaria é real e iminente

Muitos hoteleiros ainda insistem em manter salários baixos, jornadas excessivas e condições de trabalho antiquadas, em nome de uma suposta 'tradição de servir', o que não atrai as novas gerações

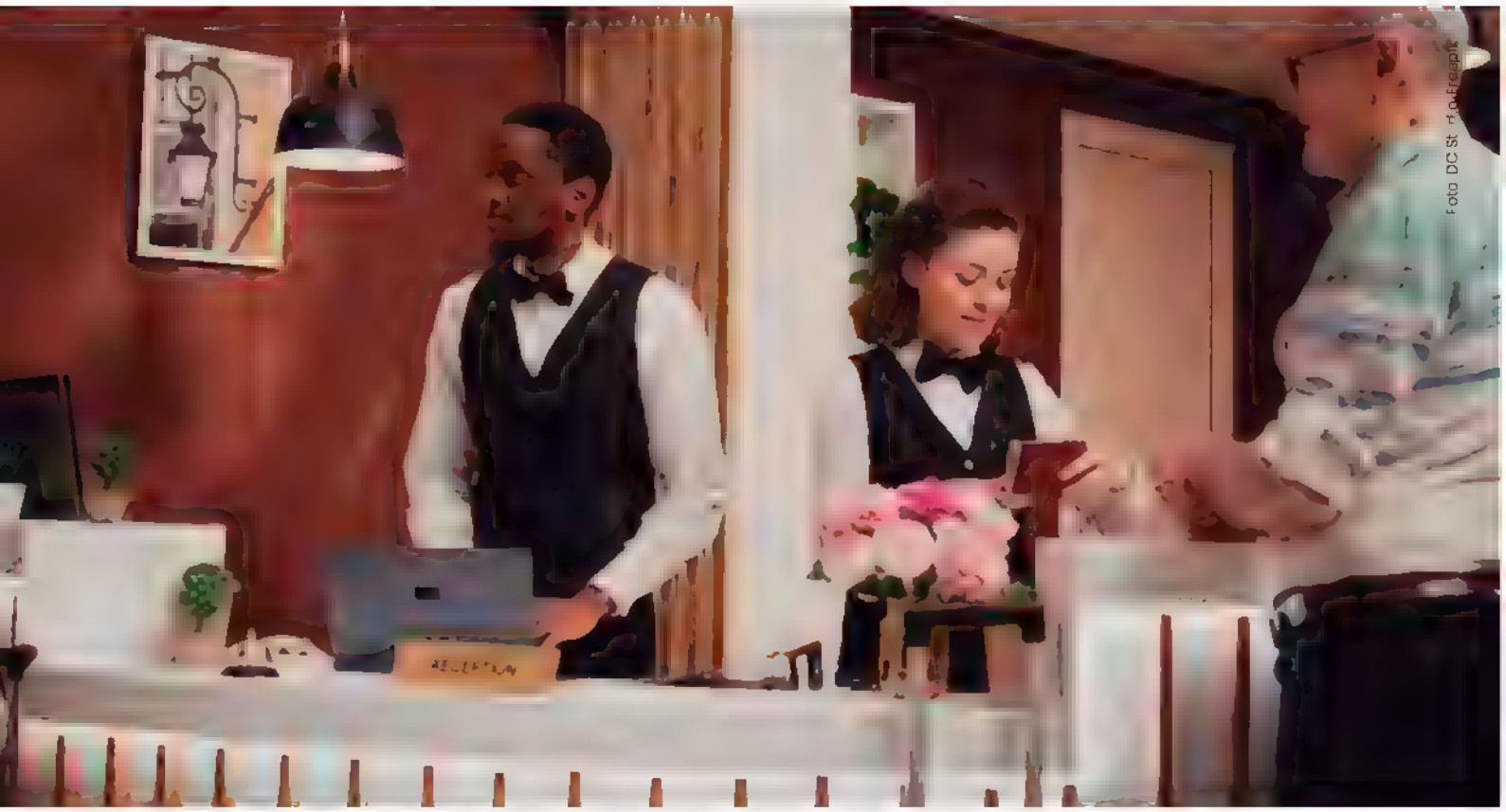


Foto DC St Photosplit

Hotéis, pousadas e resorts precisam de profissionais qualificados para atenderem aos mais variados cargos na área hoteleira

Com a recuperação acelerada do turismo após os anos de retração provocados pela pandemia, o setor de hotelaria volta a crescer em ritmo intenso. No entanto, esse avanço tem esbarrado em um obstáculo preocupante: a escassez de mão de obra qualificada. Em todo o País, hotéis, pousadas e resorts enfrentam dificuldades para contratar profissionais nas mais diversas áreas, desde cargos operacionais — como camareiras, recepcionistas e cozinheiros — até funções técnicas e de gestão. A situação tem impactado diretamente a qualidade dos serviços, a experiência dos hóspedes e, em alguns casos, até mesmo a capacidade de operação plena dos empreendimentos

O fenômeno não é exclusivo do Brasil e reflete uma transformação global nas relações de trabalho. Após a pandemia, muitos profissionais migraram para outros setores ou passaram a buscar modelos mais flexíveis de ocupação, como o empreendedorismo ou o trabalho remoto, deixando lacunas difíceis de preencher em um segmento que exige presença física, disponibilidade e preparo técnico. Ao mesmo tempo, a falta de incentivos, baixos salários e a ausência de planos de carreira dificultam a atração e a retenção de talentos no setor.

Diante desse cenário, a hotelaria nacional precisa repensar estratégias de formação profissional, investir em qualificação e criar ambientes de trabalho mais atrativos e sustentáveis. A escassez de mão de obra já não é apenas um problema de contratação, tornou-se um fator estratégico que pode definir o sucesso ou o fracasso de muitos negócios no turismo.

Turnover

A recente pesquisa de turnover (rotatividade de pessoal) no setor hoteleiro, produzida pela

CAPIH - Comissão dos Administradores de Pessoal da Indústria Hoteleira, grupo informal que atua no mercado hoteleiro há mais de 40 anos unindo profissionais das áreas de recursos humanos e relações do trabalho, revelou que o turnover médio acumulado até junho de 2025 ficou em 26,19%. Praticamente metade das empresas pesquisadas ficou acima dessa média, com casos superando os 40% de turnover acumulado A média mensal foi de 4,84%, o que indica que, muito provavelmente, o percentual ultrapassará 55% no ano de 2025. A título de comparação, o acumulado anual em 2017 foi de 30% e em 2016 foi de 30,20%. O monitoramento permanecerá até o final deste ano Os dados foram coletados entre 34 empreendimentos hoteleiros ao longo do ano, contando com hotéis independentes e de redes hoteleiras de diferentes portes.

Na opinião de Daniel Battistini, Coordenador da CAPIH, durante a pandemia, muitas pessoas foram desligadas ou tiveram seus contratos de trabalho suspensos, e essas pessoas foram descobrindo alternativas para sobreviver que vão desde montagem de pequenos negócios, motoristas de aplicativo e outras tantas alternativas para obter renda. "Muitos não voltaram aos hotéis quando o movimento retornou e nós nunca conseguimos repor essas equipes, que eram apaixonadas pela hotelaria e mudaram de ideia. Na retomada, em 2022, que iniciou o problema que persiste até hoje", afirma

Daniel Battistini: "Atualmente, a dificuldade de contratar atinge tanto as funções operacionais quanto às de atendimento"

Outros fatores, como uma maior preocupação com a qualidade de vida, evitar deslocamentos demorados, ter mais tempo para o lazer e família também pesaram nessas escolhas. "Atualmente, a dificuldade de contratar atinge tanto as funções operacionais quanto às de atendimento. A maior rotatividade é justamente no setor mais operacional de um hotel: a governança. A hotelaria exige muito com a questão das escalas de folga, trabalho em datas comemorativas, horários variados e a remuneração não acompanha as exigências na mesma proporção", ele diz.

Problema global

E não é só no Brasil que há uma carência de profissionais no setor hoteleiro. Esse fenômeno virou um problema mundial: nos Estados Unidos, por exemplo, o setor ainda tem cerca de 300 mil postos vagos desde o pico da pandemia; no Reino Unido, os hotéis registram quase 20% de déficit de mão de obra, afetando diretamente a operação, na França, a hotelaria soma cerca de 100 mil vagas abertas e dificuldade crescente de atrair jovens, na Alemanha, os hotéis perderam mais de 30% dos trabalhadores do setor durante a pandemia e não conseguiram repor; na Espanha, referência em turismo mundial, há um déficit estimado em 50 mil trabalhadores na alta temporada, e no Japão, o setor já projeta uma crise nos próximos anos com o envelhecimento da população e a falta de jovens interessados na hotelaria.

De acordo com Mario Cezar Nogales, Consultor especializado em hotelaria, autor de livros técnicos e referência no setor, a ausência de mão de obra qualificada no segmento é global, mas com agravantes locais. Para ele, o mundo todo enfrenta a chamada 'crise do setor de serviços', especialmente após a pandemia. "A hotelaria sofreu uma debandada generalizada de talentos. Camareiras migraram para plataformas de limpeza residencial com pagamento instantâneo e flexibilidade. Recepcionistas viraram atendentes home office ou mudaram para o varejo digital. Mas no Brasil a situação é mais grave porque temos um sistema educacional desconectado da realidade do setor e uma cultura que nunca valorizou o trabalho técnico-operacional. No exterior, funções como 'housekeeping manager' ou 'front desk agent' têm status, plano de carreira

Mario Cezar Nogales: "No Brasil temos uma cultura que nunca valorizou o trabalho técnico-operacional"

e capacitação contínua. Aqui, ainda tratamos essas funções como 'quebra-galho até arrumar coisa melhor'. O resultado? A juventude nem cogita entrar nesse campo", ele enfatiza.

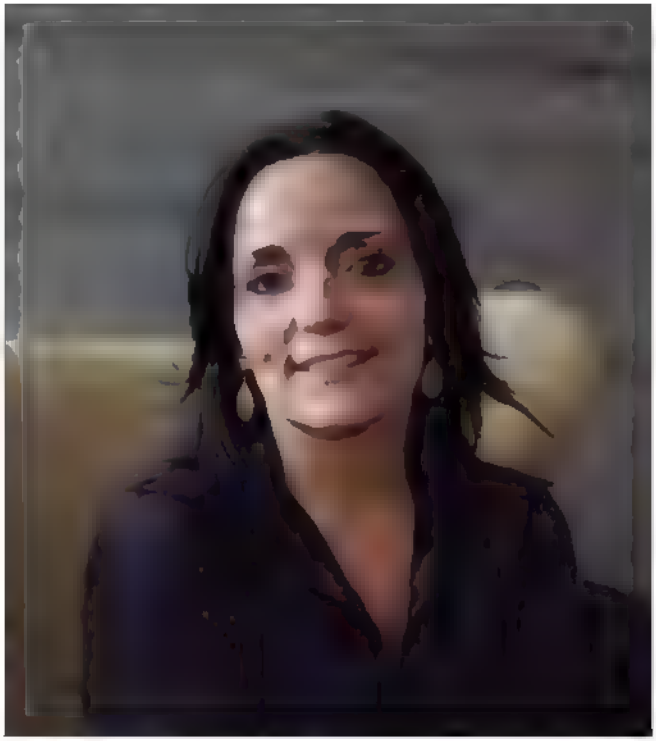
Principais fatores

Entrando mais a fundo na questão dos fatores que explicam essa falta de mão de obra na hotelaria, para Mario Cezar Nogales, a escassez não é um fenômeno misterioso, e, sim, um resultado direto de um ciclo de desvalorização contínua promovido por anos de visão distorcida do setor. "Há três culpados principais. a romantização da profissão, a omissão de políticas públicas voltadas para qualificação técnica séria, e o desprestígio financeiro e social das funções operacionais. Muitos hoteleiros ainda insistem em manter salários baixos, jornadas excessivas e condições de trabalho antiquadas, em nome de uma suposta 'tradição de servir'. O problema é que ninguém quer mais servir com um sorriso enquanto leva um tapa de descaso na outra face. O jovem trabalhador atual, e com razão, exige dignidade, perspectiva de crescimento e reconhecimento. Não encontra isso? Vai embora. Simples assim", lembra Nogales.

Na opinião de Lucila Quintino, Sócia Consultora da Hotel Consult, a escassez de mão de obra na hotelaria não é uma situação recente e resulta de uma combinação de fatores. "Em primeiro lugar, considero que há pouco conhecimento sobre as reais possibilidades de carreira no setor. Muitos jovens e profissionais ainda não compreendem o potencial de crescimento que a hotelaria oferece, mantendo uma visão limitada de que se trata apenas de atender hóspedes", diz.

Além disso, segundo ela, nem todas as redes e empreendimentos hoteleiros investem efetivamente em formação e desenvolvimento. Essa carência de investimento compromete fortemente a atração e a retenção de talentos. "Outro ponto relevante é a remuneração, que frequentemente se mostra inferior à de outros segmentos do setor de serviços. Isso impacta diretamente a atratividade da área. Também vale destacar as longas jornadas e a falta de flexibilidade nos horários, que atualmente são fatores cada vez mais valorizados pelos profissionais, especialmente entre as novas gerações. A tradicional escala 6x1, por exemplo, torna-se pouco atrativa quando comparada às possibilidades oferecidas por outras áreas", afirma

A Hotel Consult é especializada em recrutamento, seleção, treinamento, desenvolvimento, assessoria e consultoria em hotéis As dificuldades que a empresa enfrenta na seleção de candidatos para o mercado hoteleiro



Lucila Quintino: "Muitos jovens e profissionais ainda não compreendem o potencial de crescimento que a hotelaria oferece"

BioComfort Castor, o colchão com **menor emissão de CO_2** no planeta

BioComfort

Confortável ecológico e cor

Green Star

Linha Green Star®

BioComfort Pocket®

tre **sustentabilidade e sofisticação** Criada par

sem abrir mão de um sono de alto nível el

por tres modelos exclusivos, todos os colchoes da linha contam com **espumas com** BIOVISCO™ tecido OrganiCotton® e um design funcional e elegante

Green Star® colchão mais biodegradavel do mercado

LEAF

Castor

Um sonho de colchão

variam conforme o nível da vaga, mas há desafios recorrentes. O primeiro deles é a baixa procura por parte de profissionais interessados em atuar na hotelaria. "Outro entrave significativo é a escassez de pessoas qualificadas tecnicamente no ramo da hospitalidade. Existe também um desalinhamento frequente entre o que os hotéis buscam e o que o mercado tem a oferecer, tanto em termos técnicos quanto comportamentais", revela Quintino. Para ela, atualmente, não basta ter experiência. Atitudes, postura e competências comportamentais são decisivas, pois são justamente esses aspectos que mais contribuem para os desligamentos nos hotéis. "Fora isso, muitos candidatos demonstram expectativas de crescimento acelerado, o que não se alinha à realidade da hotelaria, onde o desenvolvimento profissional passa por diversas etapas e requer um tempo mínimo de maturação. Soma-se a isso o fato de que outros setores oferecem remuneração similar, ou até superior, com rotinas menos exigentes ou horários mais flexíveis", ela completa.

A Professora doutora e pesquisadora da USP – Universidade de São Paulo, Mariana Aldrigui, acredita também que são vários fatores combinados que fazem com que haja falta de profissionais no mercado hoteleiro. "O que eu vejo no convívio com alunos que se candidatam é uma combinação de salários muito baixos - especialmente quando comparados com setores como marketing, mídia digital e tecnologia - e escalas pesadas, em sua maioria 6x1. Do lado dos contratantes, uma expectativa exagerada de competências – idiomas, tecnologia, flexibilidade, sem a devida compensação ou reconhecimento. Em resumo, fica cada vez mais evidente que o setor não entende que os salários e as condições oferecidas não são competitivos em um cenário em que há empregos mais atrativos sendo oferecidos", enfatiza.

Um fator a se levar em conta para a escassez de mão de obra recente foi a questão da pandemia de COVID-19, que forçou os profissionais de hotelaria a migrarem para outras áreas por uma questão de sobrevivência. Quem compartilha dessa opinião é Gunnar Georgi, Consultor especialista em hotelaria e serviços. "Quando o setor retomou, esses profissionais não voltaram para os hotéis, por diversas razões, entre elas, escalas de serviço, remuneração, oportunidades de carreira, entre outras", comenta. "Não consigo afirmar tão categoricamente, mas certamente o fato de que muitos empregos conseguiram migrar para o sistema de home office ou híbrido fez com que a hotelaria e a área de alimentação se consolidassem como empregos 100% presenciais e desgastantes. Eu não considero uma sequela da pandemia, mas um ponto relevante que demanda reflexão e propostas mais criativas e pragmáticas, ajuste salarial e redução na carga horária, permitindo que mais profissionais possam voltar a se interessar pelo setor, para quem sabe assim termos maior qualificação na mão de obra", diz Aldrigui.

De acordo com Zara Bulgari, Fundadora da D11 Brasil, a escassez de mão de obra traz impactos diretos e severos na operação e sustentabilidade financeira dos hotéis. O aumento de custos operacionais, devido à alta rotatividade de pessoal e contratação de profissionais extras mais caros, afeta diretamente a lucratividade. "A qualidade do serviço prestado é comprometida, impactando negativamente a experiência do hóspede e a reputação dos hotéis. A dificuldade de preencher posições essenciais, como camareiras e recepcionistas, gera sobrecarga sobre a equipe existente e pode levar até mesmo à restrição de serviços

Mariana Aldrigui: "Fica cada vez mais evidente que o setor não entende que os salários e as condições oferecidas não são competitivos"

básicos, resultando em perda significativa de competitividade", analisa.

A D11 Brasil oferece qualificação gratuita e especializada para aqueles que desejam ingressar no setor da hotelaria e eventos O compromisso é transformar vidas por meio da capacitação profissional, proporcionando inclusão produtiva e abrindo portas reais para o mercado de trabalho. "Conectamos nossos alunos diretamente com uma rede estratégica de parceiros renomados, como a Rede Accor e diversos estabelecimentos que são referência em hospitalidade, garantindo oportunidades legítimas de emprego e crescimento profissional Além dos programas gratuitos, também atuamos em colaboração com hotéis para capacitação interna de líderes e equipes operacionais, proporcionando treinamentos customizados que elevam significativamente a qualidade dos serviços e contribuem diretamente para o desenvolvimento sustentável do setor", nos conta.

Redes hoteleiras

A Wyndham Hotels & Resorts possui aproximadamente 9.300 hotéis em quase 95 países em seis continentes No Brasil, uma de suas principais operações é o Wyndham São Paulo Ibirapuera Convention Plaza, na capital paulista. Os principais obstáculos encontrados pelo empreendimento para selecionar candidatos às vagas em hotelaria estão relacionadas tanto ao perfil técnico quanto ao comportamento dos candidatos. "Recebemos, com frequência, profissionais com pouca ou nenhuma experiência anterior na área. Também identificamos uma carência de competências comportamentais essenciais, como boa comunicação, empatia, postura profissional e trabalho em equipe. Outro desafio recorrente é a evasão durante o próprio processo seletivo, pois muitos candidatos não comparecem às entrevistas ou desistem da vaga antes mesmo da contratação. Isso indica uma falta de entendimento sobre a rotina do setor ou uma baixa identificação com a proposta de trabalho", revela Jussara Janini, Gerente de recursos humanos e líder do departamento pessoal.

Ainda, segundo ela, a escassez de mão de obra na hotelaria é consequência de múltiplos fatores. Por exemplo, as jornadas em turnos alternados, incluindo finais de semana e feriados, que ainda afastam muitos profissionais. "Um ponto relevante é a migração de profissionais para outras áreas, além do crescimento do trabalho informal dentro da própria hotelaria. Muitos profissionais continuam atuando no setor, mas por meio de cooperativas e agências de mão de obra 'extra', que oferecem maior flexibilidade e uma remuneração atrativa de forma imediata. No entanto, esse modelo não garante benefícios trabalhistas como 13º salário, férias, FGTS e plano de carreira, o que não é considerado no momento da escolha", diz a Gerente.

Jussara Janini: "É importante adaptar a cultura organizacional à nova realidade dos profissionais, que buscam reconhecimento, propósito, desenvolvimento e equilíbrio entre vida pessoal e profissional"

Jussara também conta que busca profissionais que tenham atitude em servir, pessoas que realmente gostem de lidar com pessoas, e estejam dispostos a proporcionar uma experiência positiva aos hóspedes. "Valorizamos muito a proatividade, a boa comunicação, empatia, trabalho em equipe e o comprometimento. Flexibilidade, resiliência e disposição para aprender também são qualidades essenciais no nosso dia a dia. Embora a experiência prévia seja um diferencial, o mais importante é ter o desejo de construir uma trajetória na hotelaria", finaliza.

Retenção

Existem diversos fatores e iniciativas importantes para promover a retenção de talentos no setor. Um deles é tornar a hotelaria mais atrativa. "Para isso, é fundamental divulgar melhor as possibilidades de carreira do setor, principalmente entre os jovens que estão em fase de escolha profissional. Ainda há muito desconhecimento sobre o que significa atuar em hotelaria", conta a Sócia Consultora da Hotel Invest, Lucila Quintino.

Outro ponto crucial é o investimento contínuo em treinamento e capacitação. Isso gera não apenas desenvolvimento, mas também engajamento e pertencimento. Valorizar o colaborador, reconhecendo seu desempenho e promovendo um ambiente de trabalho positivo, também é essencial. "É importante, ainda, tornar a proposta de remuneração e benefícios mais competitiva. E, sobretudo, oferecer clareza em relação ao plano de carreira, principalmente em redes hoteleiras, que têm o potencial de proporcionar mobilidade geográfica e crescimento estruturado. Outro fator-chave é a forma como o novo colaborador é recebido. Um processo de integração bem conduzido, que reflita a cultura e os valores da empresa desde o primeiro dia, contribui para manter o encantamento iniciado ainda no processo seletivo", esclarece Lucila.

Na opinião de Gunnar Georgi, posições da base da operação hoteleira, incluindo camareiras e recepcionistas, hoje tem um suporte relevante de programas sociais do governo federal, além da questão já citada de escalas de trabalho e remuneração. "Isso enfraquece o interesse desses profissionais nas funções operacionais de uma forma muito forte. Esses dois pontos são o grande desafio que os hotéis tem pela frente, para as contratações e retenções. Políticas de retenção, sem sombra de dúvida, são fundamentais nos dias de hoje

Gunnar Georgi: "Políticas de retenção, sem sombra de dúvida, são fundamentais nos dias de hoje perante esse cenário"

perante esse cenário", conclui. "Redesenhar a carga horária seria minha primeira sugestão, pois isso naturalmente vai mexer com o ânimo e a disposição da equipe. Repensar salários e benefícios a partir de uma pesquisa interna pode ser muito eficiente, nem sempre isso vai envolver altos custos, apenas mudança em prioridades", destaca Aldrigui. "Eu acredito que o segredo da retenção na hotelaria passa por dois fatores: uso de escalas de folga diferenciadas que não seja a tradicional 6x1, aliado a uma melhora na remuneração. Converso muito com outros setores que possuem a mesma dinâmica, como os comerciários, e eles sofrem da mesma dor", enfatiza Daniel Battistini, Coordenador da CAPIH

Alan Guizi, Professor de Turismo da Universidade Anhembi Morumbi, acredita que a hotelaria precisa repensar a escala 6x1 e as políticas de remuneração, de modo que a área possa ser vista como uma possibilidade de trabalho para os novos hoteleiros e, volte a atrair interessados. "Nesse sentido, é importante também inserir políticas que visam a remuneração emocional, programas de reconhecimento, de acolhimento, de integração e de oportunidades dentro da empresa, de modo que o colaborador se sinta valorizado e que tenha oportunidades de crescimento ou mesmo de mobilidade entre setores dentro da empresa", diz. Ele sugere o estabelecimento de treinamentos adequados, de modo que o novo hoteleiro possa compreender suas tarefas diárias e possa desempenhá-las dentro daquilo que o hotel espera, e não apenas contar que o candidato já venha com este conhecimento, aceitando baixa remuneração e alta carga de trabalho. "O jovem precisa perceber que a empresa para a qual trabalha busca somar em seus conhecimentos e crescimento profissional", enfatiza.

Por fim, mas não menos importante, Guizi conta que, como professor universitário, ele sugere que os hotéis abram as portas para as universidades, tanto para visitas técnicas quanto para estudos realizados por alunos de maneira geral, e que a hotelaria se mostre acolhedora aos alunos, e respondam solicitações de entrevistas, estudos, pesquisas e visitas, desde cargos mais operacionais até a gerência geral, pois aqueles com quem o hotel dialoga podem virar uma futura contratação. "Nesta questão o que notamos é, o hotel que se mostra aberto, é aquele no qual os jovens mais desejam trabalhar", finaliza.

Sobre o aumento da retenção, afirma Janini, é fundamental valorizar o colaborador de forma integral. Isso inclui oferecer planos de carreira estruturados, investir em treinamentos contínuos e práticos, promover um ambiente de trabalho saudável, assim como campanhas de incentivo, benefícios atrativos, feedbacks constantes e comunicação clara. "Também é importante adaptar a cultura organizacional à nova realidade dos profissionais, que buscam reconhecimento, propósito, desenvolvimento e equilíbrio entre vida pessoal e profissional. A retenção é uma consequência direta de uma gestão que escuta, apoia e dá oportunidade de crescimento real", comenta.

Para enfrentar esse desafio, diz Zara Bulgari, os hotéis precisam adotar estratégias integradas de recrutamento, retenção e capacitação. Melhorar condições de trabalho, oferecer remuneração mais atrativa, benefícios reais e escalas mais flexíveis são passos fundamentais. "Investir fortemente em liderança capacitada e treinamentos contínuos é crucial para retenção de talentos, criando um ciclo virtuoso de baixa rotatividade, aumento de produtividade e maior satisfação do colaborador. Estratégias inclusivas de recrutamento e diversificação das formas de contratação, como a inclusão de imigrantes e público 50+, também são imprescindíveis para ampliar a base de profissionais qualificados", afirma a Fundadora da D11 Brasil.

Formandos que concluíram uma capacitação feita pela D11 Brasil

Formação acadêmica

De acordo com Nogales, os cursos de formação na base da pirâmide hoteleira viraram peça decorativa em muitos casos. Multiplicaram-se escolas de hotelaria que oferecem certificados sem campo prático, sem vivência de hotel e sem ensinar o profissionalismo, que é o mais importante "A hotelaria precisa voltar a formar quadros técnicos com seriedade Cursos voltados para camareiras, recepcionistas, governantas e auxiliares administrativos devem ser tratados com o mesmo rigor que se cobra de formações em TI – Tecnologia da Informação ou contabilidade. O mercado precisa de cursos técnicos de verdade, com carga horária robusta, professores com prática hoteleira real e integração com o setor produtivo", ele avalia "Os cursos de formação são ilhas de resistência, embora tenham sofrido com uma consistente queda na demanda A formação é o ponto de partida, pois é a partir da integração à uma empresa que se entende cultura empresarial, filosofia de serviços e se aprende com a realidade do dia a dia. Enxergo que há oportunidade para a oferta de cursos rápidos, voltados principalmente para quem ainda está se aproximando da área. E, naturalmente, é importante pensar que da mesma forma que os hoteleiros, os gestores dos cursos também precisam compreender a mudança nos valores geracionais, e modificar as estratégias para captação de alunos", explica a Professora Aldrigui

O Senac São Paulo possui um portfólio com cerca de 30 títulos voltados à área de hotelaria, distribuídos em diferentes níveis e modalidades de ensino. São atendidos desde a formação inicial até níveis mais avançados, com cursos livres, qualificação profissional, curso técnico, graduação (tecnológica e bacharelado), pós-graduação e extensão universitária Entre os grandes diferenciais da instituição está a oferta da Aprendizagem Técnica em Hospedagem e a Prática Profissional nos hotéis-escola, que proporcionam experiências reais aos alunos, aproximando-os do cotidiano da hotelaria de forma concreta e aplicada.

Outro ponto de destaque é o Desafio Senac: Alunos no Comando, uma vivência prática exclusiva para estudantes da Graduação em Hotelaria e do curso Técnico em Hospedagem. "Nesse projeto, os alunos assumem por um final de semana a operação completa de um dos nossos hotéis-escola, colocando em prática todas as competências adquiridas durante a formação, sendo uma oportunidade singular de liderança, gestão e tomada de decisão em um ambiente real", diz Daniela Maria Fraga Mendes, Coordenadora de Turismo e Hospitalidade do Senac São Paulo.

Além da qualidade do ensino, o Senac também se preocupa com o acesso. Os cursos livres, técnico e de qualificação profissional contam com bolsas integrais por meio do PSG – Programa Senac de Gratuidade. Já no ensino superior, são oferecidas políticas de parcelamento facilitado e descontos, como 50% para estudantes oriundos da rede pública ou do próprio Senac, ou ainda para trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo. Para empresas, há soluções customizadas pelo Atendimento Corporativo. "Podemos afirmar com segurança que quem deseja se profissionalizar na área de hotelaria encontrará no Senac uma formação alinhada às suas necessidades, objetivos e momento de carreira", conta Daniela

Daniela Mendes: "Podemos afirmar com segurança que quem deseja se profissionalizar na área de hotelaria encontrará no Senac uma formação alinhada às suas necessidades, objetivos e momento de carreira"

Nos últimos dois anos (2023 e 2024), O Senac São Paulo registrou aproximadamente 2.000 alunos matriculados nos cursos da área de hotelaria, sendo cerca de 800 deles beneficiados com bolsas integrais por meio do Programa Senac de Gratuidade. "Em 2025, observamos um crescimento expressivo na procura por essas formações. No comparativo entre os períodos de 1º de janeiro a 11 de julho de 2024 e no ano de 2025, houve um aumento de 53% nas matrículas, saltando de 568 para 851 alunos. Esse dado, embora moderado, reforça a relevância da área de hotelaria e o interesse por qualificações profissionais em diferentes modalidades de ensino oferecidas pelo Senac Reflete também a confiança dos estudantes na qualidade da nossa formação e na importância do setor para a economia e geração de empregos", afirma a Coordenadora

Atualmente, a Universidade Anhembi Morumbi tem o curso de Bacharelado em Hotelaria, acontecendo de maneira presencial no campus Mooca, na capital paulista, com duração de seis semestres. Há também outros cursos na área de Turismo e Hospitalidade, como Turismo, Gastronomia, Eventos e, iniciando neste ano, o curso de Sommelier. Fora os cursos de pós-graduação como Hospitalidade, Turismo e Novos Negócios, e Gestão de Turismo e Hospitalidade, ambos online. A universidade oferece o Programa de Mestrado e Doutorado em Hospitalidade, que também possui a hotelaria como um de seus objetos de estudo, para aqueles que buscam atuação acadêmica, em pesquisa ou em gestão.

Para o Professor Alan Guizi, as novas vagas não acompanharam o nível de qualidade esperado pelos novos hoteleiros, ou por pessoas que antes tinham o interesse em entrar neste mercado. "Para nós, que estamos na universidade, foi possível perceber nos jovens uma certa negação à escala de trabalho 6x1, pois há uma percepção de que o trabalho interferirá em sua jornada acadêmica e qualidade de vida, fazendo-o optar por cursar aulas e fazer atividades nos poucos momentos em que estariam em repouso ou de folga. Depois de formado, isso é levado adiante, dificilmente optando por seguir na hotelaria. Outro aspecto que pesa na escolha dos alunos e recém-formados são os salários, geralmente abaixo daquilo que buscam receber, havendo uma

Foto: Arquivo Pessoal

Alan Guizi: "Para nós, que estamos na universidade, foi possível perceber nos jovens uma certa negação à escala de trabalho 6x1, pois há uma percepção de que o trabalho interferirá em sua jornada acadêmica e qualidade de vida"

percepção de baixa valorização profissional frente a carga de trabalho exigida", ele conta.

Para além da carga de trabalho e do salário, a percepção de falta de treinamentos ou de programas de aperfeiçoamentos também são frequentes, o que deixa os futuros profissionais também desconfortáveis, além de transmitir a percepção de baixo investimento em desenvolvimento profissional. "Nesse assunto, muitos relatam que a solução adotada é a entrega da responsabilidade ao superior imediato, que muitas vezes não está apto ou não dispõe de tempo apropriado para treinar outras pessoas, gerando conflitos e desentendimentos diversos", revela Alan. Segundo o Professor, há uma dificuldade no que tange à remuneração emocional na hotelaria, relativos ao reconhecimento profissional, acolhimento e percepção de oportunidades internas para crescimento profissional ou para mobilidade entre setores, ou seja, considerar os interessados internos nas vagas, antes de avançar para contratações externas.

Nova geração

A nova geração de trabalhadores, formada por pessoas da Geração Z e Millennials, têm procurado aliar a diversificação com a tecnologia, e o que vimos atualmente é que os jovens querem mais qualidade de vida, poder trabalhar remotamente e sem uma rotina fixa. A questão financeira também é outro fator preponderante, o que faz surgir uma outra pergunta no debate sobre o tema: Você, que fala dois idiomas, está sujeito a trabalhar na área operacional de um hotel recebendo cerca de dois salários mínimos?

Cargos de camareira e recepcionista, por exemplo, foram desvalorizados ativamente por políticas míopes de gestão e por um discurso institucional que exalta o hóspede e esquece o colaborador, na opinião de Mario Nogales "O mesmo hotel que investe milhões em fragrância de lobby hesita em pagar um salário decente à camareira que limpa o apartamento", ele diz. "A nova geração não é preguiçosa, é lúcida. Ela entende que hotelaria não é glamour, é operação pesada E se o mercado não oferece reconhecimento, ambiente saudável e possibilidade real de crescimento, ela parte para outras áreas com menos carga emocional e mais retorno financeiro", completa.

Na análise de Lucila Quintino, sem dúvida, a nova geração tem um papel central nesse contexto, pois os jovens profissionais de hoje apresentam expectativas e demandas bastante diferentes das gerações anteriores Eles buscam propósito no trabalho, mais até do que estabilidade ou status Também priorizam qualidade de vida e flexibilidade "A tecnologia também exerce grande influência. A nova geração valoriza ambientes inovadores, e embora a hotelaria tenha feito avanços, ainda está atrás de outros setores no que se refere à incorporação de soluções tecnológicas", diz. O papel da liderança se mostra cada vez mais importante. O jovem quer saber para quem vai se

Os hotéis estão enfrentando dificuldades em contratar colaboradores em funções básicas, como a de camareiras

reportar e como esse líder pode contribuir para o seu crescimento. Portanto, segundo Lucila, o gestor tem um papel fundamental na retenção desses talentos. "Por fim, é importante lembrar que todos nós já fomos jovens e fomos diferentes das gerações que nos antecederam. Compreender e acolher essas novas características é essencial Se não nos abrirmos para isso, comprometeremos não apenas a retenção de talentos, mas também o futuro da nossa própria atividade", alerta. Segundo Gunnar Georgi, "a geração de profissionais que vem se consolidando como mão de obra para serviços nos dias de hoje é uma geração menos preocupada com estabilidade profissional e crescimento de carreira, o que dificulta as contratações de mão de obra no cenário da hotelaria", diz

Na visão de Mariana Aldrigui, é preciso entender que essa nova geração tem valores e desejos muito diferentes das gerações anteriores "São filhos de pais que muito provavelmente trabalharam muito e tiveram pouco tempo para si e para suas famílias, e que orientam seus filhos a buscarem melhores opções. Além disso, há muita informação nas redes sociais sobre a importância de construir uma vida equilibrada, em especial em um cenário em que mesmo trabalhando muito, as condições de vida não melhorarão, como apontam vários analistas econômicos. E, novamente, não é difícil fazer escolhas entre as opções que estão dadas – há muitas opções de empregos e estágios com melhores opções que aquelas oferecidas pela hotelaria", ela lembra.

Na opinião de Daniela Mendes, sem dúvida, as mudanças geracionais influenciam diretamente o cenário atual da hotelaria, especialmente na forma como os jovens encaram o trabalho e as relações profissionais. "Por isso, formar profissionais alinhados aos novos perfis comportamentais e às exigências do mercado contemporâneo é um compromisso permanente do Senac São Paulo O jovem de hoje busca mais do que um emprego procura propósito, conexão e impacto E o Jeito Senac de Educar responde diretamente a essa demanda, proporcionando experiências de aprendizagem significativas e contextualizadas Nossos alunos vivenciam situações reais da hotelaria desde o início da formação, o que fortalece o engajamento pessoal e profissional e amplia o senso de responsabilidade e pertencimento. Por isso, afirmamos que estamos em sintonia com o perfil da nova geração, muito mais conectada com inovação, propósito e experiências transformadoras", conta.

As turmas dos cursos de Hotelaria do Senac São Paulo são caracterizadas pela diversidade, com pessoas de diferentes gêneros, faixas etárias e trajetórias de vida, todas com um objetivo em comum: qualificar-se para atuar e crescer no mercado de trabalho. Predominantemente, trata-se de jovens adultos entre 18 e 30 anos, em fase de inserção ou transição no mercado de trabalho. "Essa pluralidade de perfis enriquece o ambiente de aprendizagem, tornando-o mais alinhado com a realidade do setor hoteleiro, que também é diverso, dinâmico e centrado em pessoas. Há alunos que já atuam na área e buscam aprimoramento, assim como aqueles que estão iniciando sua trajetória profissional ou em processo de transição de carreira. Essa pluralidade fortalece o aprendizado e prepara nossos alunos para os desafios reais do mercado, que, assim como eles, é plural e cheio de oportunidades", enfatiza. "As novas gerações, especialmente Millennials e Geração Z, buscam flexibilidade, autonomia e propósito, algo que o modelo tradicional da hotelaria tem dificuldades em oferecer, gerando altíssima rotatividade e instabilidade", comenta Zara Bulgari

b2bhotel

A b2bhotel é uma empresa especializada na busca por serviços sob demanda para atender às necessidades de um hotel. A plataforma oferece a possibilidade da contratação de profissionais qualificados em poucos cliques, desde limpeza até recepção. Ela trabalha com alguns grandes diferenciais para os profissionais do setor, como: maior flexibilidade na escolha de datas e locais de trabalho, complemento de renda, possibilidade maior de ganhos mensais e uma grande plataforma de entrega de conteúdos relacionados diretamente ao trabalho no setor, de forma gratuita e facilitada, que é o Hub de conhecimento. "Para os hotéis, o grande diferencial da b2bhotel é a agilidade de entregar um profissional sob demanda, na

maioria dos casos, conseguimos fechar uma vaga em pouquíssimos minutos, isso facilita o dia a dia das operações e dá mais tranquilidade às equipes dos empreendimentos hoteleiros", nos conta Higino Mandaji, Diretor da empresa.

De acordo com ele, a b2bhotel facilita as operações dos hotéis com oferta de mão de obra sob demanda, pois a hotelaria historicamente é um segmento que tem grandes oscilações de ocupação, mesmo dentro de uma mesma semana, impossibilitando as operações hoteleiras de terem mão de obra para atender a 100% da demanda de pico, com isso, o uso de mão de obra pontual é essencial para suprir esta demanda e ao mesmo tempo, manter os custos fixos sob controle. "Também estamos lançando uma plataforma de empregabilidade para funções operacionais de hotelaria que já vai nascer com mais de 20.000 pessoas cadastradas. Acreditamos que, com a primeira plataforma de vagas CLT exclusiva para funções operacionais de hotelaria, conseguiremos entregar ainda mais facilidades nas contratações dos hotéis em todo o Brasil", ele afirma

Higino Mandaji: "Para os hotéis, o grande diferencial da b2bhotel é a agilidade de entregar um profissional sob demanda, na maioria dos casos, conseguimos fechar uma vaga em pouquíssimos minutos"

Para Mandaji, historicamente, o setor hoteleiro tem ciclos de dificuldade de mão de obra, o que está ligado ao aquecimento econômico do País e níveis de empregabilidade, pois quando existem ofertas amplas de emprego no mercado, a hotelaria tem dificuldades nas contratações, a exemplo dos anos de 2013 e 2014, onde houve situações semelhantes. "Outro ponto muito importante de se considerar, é que essa falta de mão de obra operacional não é exclusividade do setor, é só observar o comércio, supermercados, entre outros, assim como também não é um fator que só acontece no Brasil, tenho acompanhado situações muito similares em Portugal, Espanha e até na Inglaterra", diz "Porém, olhando em particular para a hotelaria no Brasil, temos condições que precisam ser profundamente discutidas pelo setor, como escalas de trabalho, carga horária e principalmente salários oferecidos. Quando temos grande volume de oferta de empregos, estes fatores têm grande peso e a hotelaria tem saído perdendo em todos eles. A escolha do profissional em trabalhar de forma autônoma já é uma grande realidade e a hotelaria tem que ver isso como uma ferramenta aliada à sua operação, usar este fator como um diferencial para suprir esta demanda de mão de obra", completa.

Tecnologia tira empregos?

Já ouvimos um discurso sobre a tecnologia tirar empregos de trabalhadores nas mais diversas áreas, mas ela deve ser encarada como aliada ou como algoz na escassez de mão de obra na hotelaria? Para o Consultor Mario Nogales, a tecnologia, por si só, é neutra. O que define se ela ajuda ou atrapalha é o uso que o gestor faz dela. "Em hotéis bem gerenciados, a tecnologia alivia tarefas repetitivas e libera o colaborador para aquilo que é humano por excelência: o atendimento, a escuta e o improviso inteligente Em hotéis mal geridos, a tecnologia é usada como desculpa para demitir gente, cortar custos e despersonalizar

o serviço. Recepcionista substituído por totem? Só em hotéis que já não tinham recepção decente. Camareira substituída por 'robô aspirador'? Só em quem nunca entendeu que limpeza é sensibilidade, não automatismo. A tecnologia deve ser ferramenta, e não muleta E muito menos desculpa para abandonar a formação humana", conclui

A tecnologia é um grande aliado do segmento hoteleiro para auxiliar no que diz respeito a racionalização e praticidade, na visão de Gunnar Georgi. "Já muito utilizada pelos grandes grupos hoteleiros, pode e deve ser um apoio para a hotelaria independente. Falamos de uma tecnologia que hoje é muito mais acessível em relação a investimento e interfaces e, que entendo, é a bola da vez quando falamos de experiência do hóspede", analisa.

Para a Coordenadora de Turismo e Hospitalidade do Senac São Paulo, Daniela Mendes, "enfrentar a escassez de mão de obra exige uma atuação conjunta, em que unimos esforços na promoção de uma formação qualificada, na valorização das trajetórias profissionais e na modernização das práticas de gestão nos empreendimentos. Somente por meio dessa colaboração efetiva entre educação e mercado será possível construir caminhos sustentáveis para o desenvolvimento do setor", afirma. "Talvez seja o momento de a hotelaria repensar os seus processos, a sua carga de trabalho e, na medida do possível, as suas remunerações financeiras e emocionais. Os novos hoteleiros valorizam a sua autonomia, ao contrário de processos engessados e pouco inovadores, valorizam novos desafios, a perspectiva de carreira e as novas oportunidades de crescimento profissional que tenham dentro da empresa, e querem perceber nela um ambiente saudável e um clima organizacional agradável e acolhedor", conclui Alan Guizi.

Sinthoresp

O trabalhador da hotelaria no estado de São Paulo é, majoritariamente, composto por mulheres. Dados mais recentes de base do Sinthoresp - Sindicato dos Trabalhadores em Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares de São Paulo e Região, indicam que aproximadamente 60% dos profissionais da hotelaria são do sexo feminino, com presença marcante em áreas como limpeza, arrumação, governança e lavanderia. Já os homens se concentram em funções como manutenção, recepção noturna, mensageiro e áreas técnicas. "Do ponto de vista da escolaridade, a maioria possui ensino médio completo ou incompleto. São raros os casos de trabalhadores com ensino superior, embora haja uma parcela significativa com cursos profissionalizantes ou experiências acumuladas no próprio setor", conta Valdir Farias da Silva, Secretário-geral e executivo de Qualificação Profissional, Empregabilidade e Comunicação do Sinthoresp.

Em relação à origem geográfica, esses trabalhadores vêm de diversas regiões da cidade de São Paulo e da Região Metropolitana, principalmente de bairros e municípios com menor oferta de empregos formais. "Muitos enfrentam longos deslocamentos diários. Também é comum a presença de migrantes de outras regiões do Brasil, sobretudo do Norte e Nordeste, e em menor grau, de imigrantes internacionais que encontram na hotelaria uma das primeiras oportunidades de trabalho", complementa.

Os pisos salariais da hotelaria no estado de São Paulo são definidos por meio de negociações coletivas, firmadas entre o Sinthoresp e os sindicatos patronais correspondentes aos 34 municípios que eles representam. Atualmente, as negociações são feitas com três entidades patronais distintas no setor da hotelaria e meios de hospedagem: o Sinhores Osasco (que representa cidades da grande São Paulo), a Fhoresp (representando algumas cidades do interior do Estado) e o Sindhotéis São Paulo, responsável pela capital e parte da Região Metropolitana. "Cada negociação estabelece um piso normativo único para os trabalhadores abrangidos, independentemente da função exercida. Ou seja, não há diferenciação de piso por cargo ou setor dentro da hotelaria nas convenções vigentes. Em 2025, nas bases em que negociamos com o Sinhores Osasco e com a Fhoresp, foi garantido o reajuste dos salários pelo INPC e o menor piso passou a ser de R$ 2.050,00. Já na base do Sindhotéis SP (capital), a negociação ainda está em andamento Portanto, o novo valor do piso salarial ainda não foi definido", informa Valdir.

Embora o piso normativo seja uma referência mínima, os salários no setor variam bastante Atualmente, uma parcela significativa dos trabalhadores da hotelaria encontra-se nas faixas salariais mais baixas, até R$ 2.500,00, que concentram cerca de 40% da categoria e cerca de 10% recebem acima de R$ 7.000,00.

De acordo com o Secretário-geral, os trabalhadores da hotelaria enfrentam uma série de entraves que afetam tanto sua permanência no setor quanto sua qualidade de vida. Um dos principais desafios é a jornada extensa e pouco previsível, marcada por escalas aos finais de semana, noites e feriados

Valdir Farias da Silva: "Apesar de serem a base do funcionamento de um hotel ou resort, profissões como camareira, ajudante de cozinha, mensageiro, auxiliar de limpeza ou manutenção raramente são reconhecidas pelo público ou pelo mercado como profissões qualificadas"

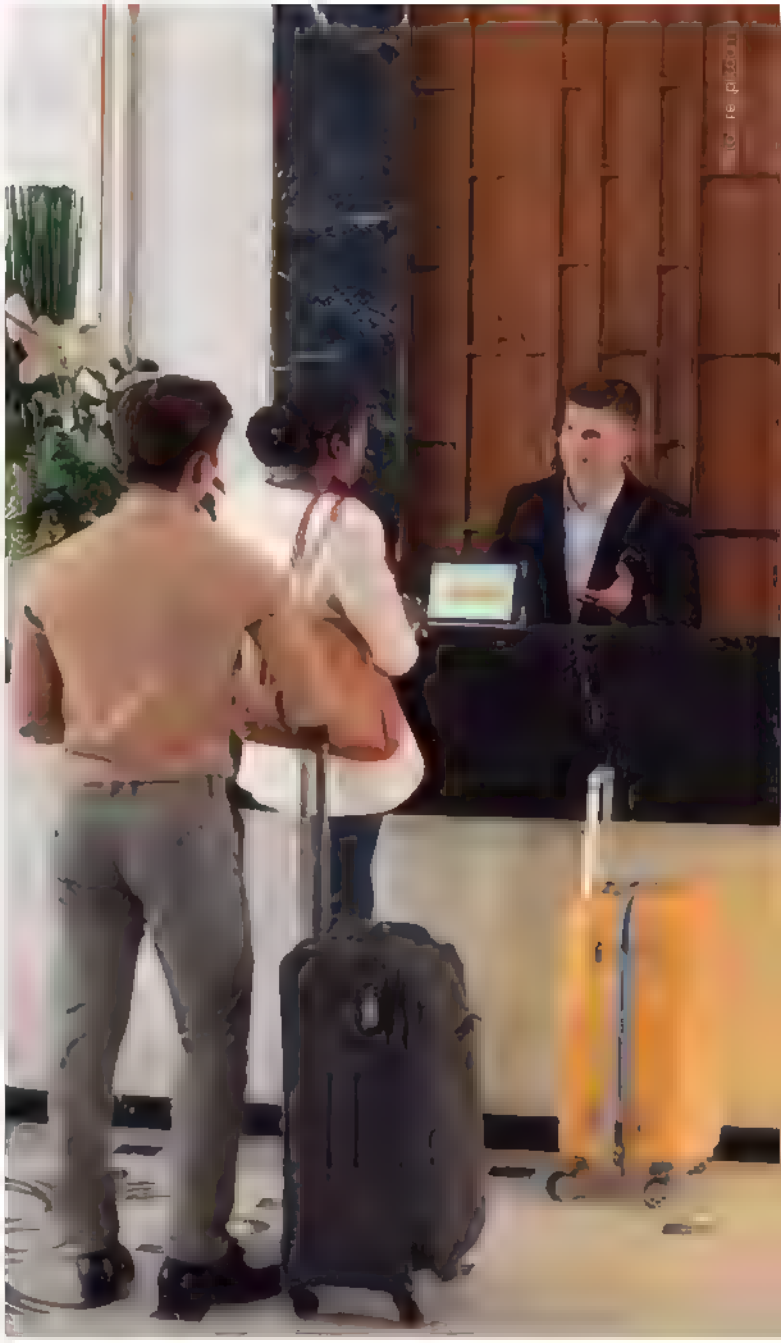
Isso dificulta a conciliação com a vida familiar e social, o que impacta diretamente a saúde física e emocional desses profissionais. "Outro obstáculo recorrente é a baixa valorização social das funções operacionais. Apesar de serem a base do funcionamento de um hotel ou resort, profissões como camareira, ajudante de cozinha, mensageiro, auxiliar de limpeza ou manutenção raramente são reconhecidas pelo público ou pelo mercado como profissões qualificadas – o que contribui para altos índices de rotatividade. Também observamos que muitos trabalhadores ingressam no setor sem formação técnica, o que limita suas oportunidades de crescimento. Há ainda pouca oferta de treinamento prático por parte das empresas", diz Valdir.

Além disso, os deslocamentos longos, comuns em grandes cidades como São Paulo, somam-se à carga de trabalho extenuante. Boa parte desses trabalhadores reside em bairros periféricos ou municípios da Região Metropolitana, enfrentando diariamente horas de transporte público. "Do ponto de vista das condições laborais, ainda há estabelecimentos que resistem ao cumprimento de normas básicas da convenção coletiva, como o pagamento correto de adicional noturno, concessão de folgas legais ou a garantia de estabilidade em casos previstos", ele lembra.

O Sinthoresp acredita que reter talentos na hotelaria depende de um conjunto de ações coordenadas, envolvendo empresas, governos e entidades representativas dos trabalhadores.

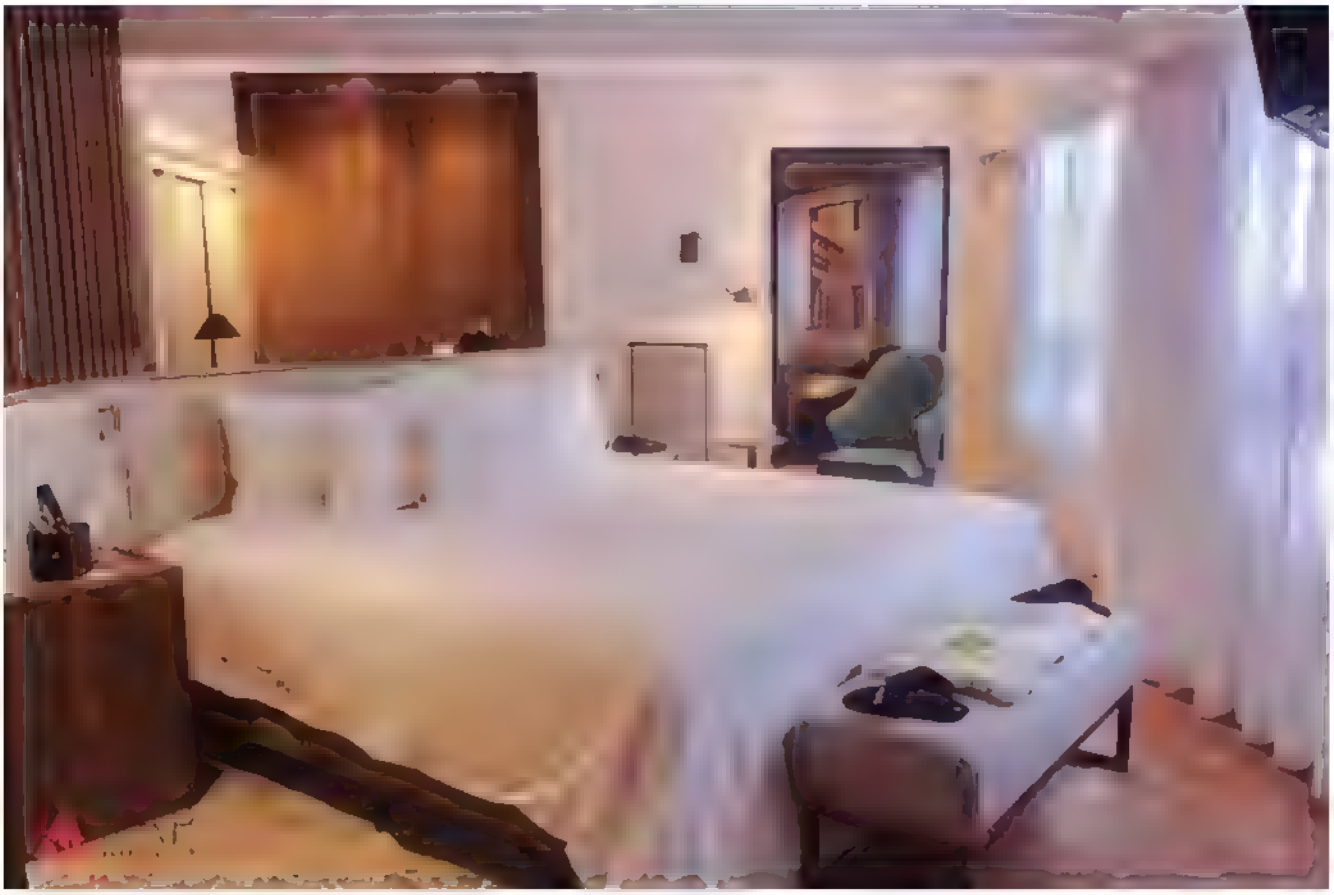
Na visão do Sindicato, é necessário garantir ao trabalhador não apenas o direito à remuneração justa, mas também acesso à qualificação prática e contínua, ambiente de trabalho respeitoso, previsibilidade de jornada e perspectiva de crescimento. "Em nossa experiência com a Bolsa de Empregos, que atua diretamente na intermediação entre trabalhadores e empresas, percebemos que muitos profissionais deixam o setor por se sentirem estagnados, desvalorizados ou fisicamente sobrecarregados. As rotinas intensas, a carga emocional e a instabilidade de escalas acabam afastando talentos que poderiam construir uma trajetória sólida no segmento.

Já na Escola de Qualificação do sindicato, vemos diariamente que há interesse em permanecer no setor, desde que o profissional enxergue que pode se desenvolver, mudar de função, ser promovido, aprimorar suas habilidades. Isso exige investimento por parte dos empregadores e políticas públicas de incentivo à formação continuada. É fundamental que o setor como um todo reconheça o valor da permanência. A rotatividade custa caro, não só financeiramente, mas também na qualidade do serviço prestado", conclui Valdir Farias. ■



Atualmente, uma parcela significativa dos trabalhadores da hotelaria encontra-se nas faixas salariais mais baixas, até R$ 2.500,00

RAP enxerga boas oportunidades de crescimento com retrofit hoteleiro



Apartamento do hotel Radisson Paulista após a reforma realizada

Com 18 anos de experiência no setor, o Grupo RAP reforça seu posicionamento no mercado ao focar na valorização do tempo e do investimento de seus clientes A empresa se especializou em oferecer um modelo de negócio completo — o turnkey — que garante entregas 100% prontas para operação, permitindo que o investidor ou hoteleiro concentre-se exclusivamente em seu core business. Para o Sócio-diretor, Rodrigo Pique, depois da pandemia da COVID-19, o retrofit ganhou uma importância fundamental para a sobrevivência e evolução do negócio hoteleiro. "Hoje, modernizar não é uma escolha estética — é uma questão de sobrevivência do negócio", afirmou, ressaltando como as necessidades e exigências dos hóspedes evoluíram.

Segundo Pique, uma cama confortável já não é suficiente. O foco do cliente se expandiu para além do quarto, com atenção crescente às áreas comuns e experiências complementares — como academia, espaços de convivência, restaurantes e ambientações diferenciadas. "Os hóspedes valorizam cada vez mais os ambientes e as experiências", explica Pedro Matayoshi, também Sócio-diretor da RAP "Renovar quartos e áreas sociais deixou de ser opcional. É essencial para atrair um público mais exigente, que busca conforto, lazer e autenticidade na estadia", reforça Pique. Ele acredita que o momento de expansão do setor hoteleiro exige soluções inteligentes, e aposta em sua metodologia como diferencial competitivo. Com processos seguros, eficientes e focados na operação do hotel, a empresa garante que seu crescimento atual é apenas o começo — e que modernizar com estratégia é o caminho mais seguro para um investimento de alto retorno. "Vejo o setor hoteleiro em um momento de franca recuperação, com índices de ocupação bastante positivos. O mercado está mais maduro, e a pandemia acelerou a compreensão de que a experiência do hóspede é o grande diferencial competitivo. Por isso, a modernização e o retrofit se tornaram uma necessidade. O cenário macroeconômico também favorece as reformas em detrimento

A RAP realizou um importante trabalho na modernização do Cyan Resort by Atlantica

de novas construções, o que é uma estratégia mais rentável e ágil para o negócio. Para mim, essa é uma excelente oportunidade para o setor investir em infraestrutura e tecnologia, garantindo a satisfação do cliente e a sustentabilidade dos resultados".

De acordo com Pique, os hoteleiros procuram a RAP por três motivos: infraestrutura defasada, melhoria da experiência do hóspede e otimização operacional. Para ele, instalações antigas e baixa eficiência são desafios comuns A modernização, via retrofit, é a resposta estratégica Além de valorizar o ativo e aumentar a diária média, ela melhora a competitividade e reduz custos. "Obras bem planejadas, como as que fazemos, minimizam o impacto na operação do hotel. No fim das contas, modernizar é uma decisão estratégica para ter um negócio rentável, sustentável e alinhado ao futuro da hospitalidade", assegura Pique

Ele lembra que modernizar um hotel em funcionamento é um desafio e tanto e destaca que: "O foco é alinhar a obra à rotina, manter o conforto do hóspede e cumprir prazos sem perder a qualidade. Na RAP, temos uma metodologia que integra arquitetura e execução. Começamos com um diagnóstico da operação do hotel e criamos planos de obra faseados, com barreiras acústicas e trabalhos estratégicos, tudo para impactar o mínimo o hóspede. Nosso acompanhamento é diário, com gestão rigorosa para agilizar imprevistos. O segredo? Planejamento técnico aliado à sensibilidade hoteleira. Assim, garantimos um retrofit eficiente, sem atrapalhar a operação, e com resultados que realmente impulsionam o negócio", garante Pique.

Ele deixa uma boa dica para os gestores hoteleiros ao contratar um retrofit, pois devem olhar além do custo por m². "É crucial avaliar a experiência técnica em hotelaria, a capacidade de planejar sem interromper a operação e o entendimento de valor para hóspede e investidor. Na RAP, nosso diferencial é a abordagem integrada: unimos projeto, planejamento e execução focados na operação e performance do hotel. Não entregamos apenas uma reforma bonita, mas soluções que valorizam o ativo, melhoram a experiência e aumentam a rentabilidade. Falamos a linguagem da hotelaria e sabemos o impacto de cada diária perdida. Por isso, nosso trabalho visa interferir o mínimo e entregar o máximo, sempre com controle de prazo, orçamento e qualidade No fim, o hoteleiro precisa de um parceiro que entenda o negócio tanto quanto de obra – e é exatamente isso que a RAP faz", conclui Pique

Para maiores informações: www.gruporap.com.br

SIMMONS.

The Westin São Paulo entra em operação com investimento de R$ 240 milhões

Essa é a segunda unidade no Brasil dessa bandeira pertencente a Marriott reforçando o novo conceito de hospitalidade com sofisticação e bem-estar

Foto: Fadeu Bruna

A imponente edificação é um marco e referência na região

Com um investimento em recursos próprios de mais de R$ 240 milhões, a Rede Deville acaba de colocar em operação o The Westin São Paulo, a primeira propriedade da marca na capital paulista pertencente a Marriott. A imponente edificação foi implantada no Itaim Bibi, região conhecida por sua cena gastronômica, shopping centers e escritórios de grandes corporações, inclusive do mercado financeiro. Está localizado no complexo JK Square, que também conta com um prédio de escritórios, unidades residenciais, estacionamento e lojas de grife. O hotel está sendo administrado pela Rede Deville, um dos mais tradicionais grupos hoteleiros do Brasil, com mais de 50 anos de história, e chega para oferecer um refúgio de bem-estar na cidade "A inauguração do The Westin São Paulo marca não só a chegada da Rede Deville a um dos mercados mais estratégicos do País, mas também fortalece nossa parceria com a Marriott International. Somos proprietários e operadores do Marriott São Paulo Airport, primeira franquia da Marriott na América do Sul, e a inauguração da marca The Westin na capital paulista expande essa parceria de

NA HOTELARIA, O COLCHÃO DEFINE A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE.
Os principais **hotéis de luxo do mundo** investem em colchões e bases Simmons®, porque a cama perfeita transforma o sono em memória.
A relação **preço-qualidade-durabilidade premium** que garante noites perfeitas e hóspedes fidelizados.
Quem deseja o melhor, tem um Simmons.
THE ORIGINAL USA TECHNOLOGY
Solicite um orçamento:
SIMMONS
simmons.com.br

sucesso", disse Jayme Canet Neto, Presidente da Rede Deville

Para ele, esse lançamento é um marco importante na trajetória de expansão da Deville que exigiu investimento de mais de R$ 240 milhões. O objetivo foi trazer à região do Itaim Bibi um novo conceito de hospitalidade, alinhado às demandas do turismo de lazer e trabalho em um dos maiores centros econômicos e culturais da América Latina. "Nosso propósito é claro: oferecer um conceito único, em uma localização vibrante que combina sofisticação e bem-estar. Nossa equipe está preparada para proporcionar as melhores experiências no The Westin São Paulo", concluiu Neto

Com interiores projetados pelo arquiteto Jayme Bernardo, o The Westin São Paulo combina bem-estar, cuidado e contemporaneidade no design, com formas orgânicas, materiais naturais, cores e texturas que remetem à biofilia. Inspirado pela brasilidade e pelo uso de materiais naturais, o projeto aposta em uma estética elegante e acolhedora. Cores em matizes primárias, com predominância de tons terracota, beges e verdes desaturados, dialogam com curvas e texturas que remetem à biofilia – integração de elementos naturais nos espaços, visando à reconexão com a natureza e ao bem-estar Essa combinação aparece de forma marcante no restaurante, onde formas orgânicas e paleta cromática se entrelaçam em perfeita harmonia "Mais do que um hotel, o The Westin São Paulo oferece uma experiência sensorial, onde conforto, funcionalidade e identidade se encontram em cada detalhe. O projeto de interiores traduz o espírito business da marca com uma linguagem visual autoral, marcante e, acima de tudo, brasileira", afirma Jayme Bernardo.

Intimista e imponente

O grande impacto visual começa no térreo, com um lobby de 235m² inteiramente envidraçado e pé-direito generoso. Cortinas metálicas flutuantes percorrem o ambiente, criando um jogo de curvas

Inspirado pela brasilidade e pelo uso de materiais naturais, o projeto aposta em uma estética elegante e acolhedora

e reflexos, enquanto painéis curvos abrem espaço para áreas verdes, trazendo leveza e conforto visual. No lobby e bar, o volume suspenso sobre o balcão contribui para criar uma atmosfera mais intimista, mas ainda imponente. O projeto valoriza o uso de lâminas naturais de madeira e mármores nacionais, criando uma conexão entre sofisticação e aconchego. Essa proposta continua nos corredores de acesso às suítes, com portas em verde profundo, iluminação indireta, detalhes metálicos e painéis em fibras naturais nos halls dos elevadores.

A composição dos ambientes aposta no design autoral, com mobiliário solto assinado por nomes consagrados, como o próprio Jayme Bernardo (com as peças Platô e Stela), Sergio Rodrigues (Poltrona Moleca), Jader Almeida (Poltrona Mad e Cadeira Norma) e Studio Bola (Mesa Concrete). O resultado é um conjunto coeso que enaltece a estética brasileira contemporânea, ao mesmo tempo em que valoriza o DNA de uma emblemática cadeia internacional de hotelaria. O projeto do edifício, assim como de algumas áreas comuns, foi desenvolvido em parceria com os escritórios Gensler e Zien.

Novas experiências e encantamento

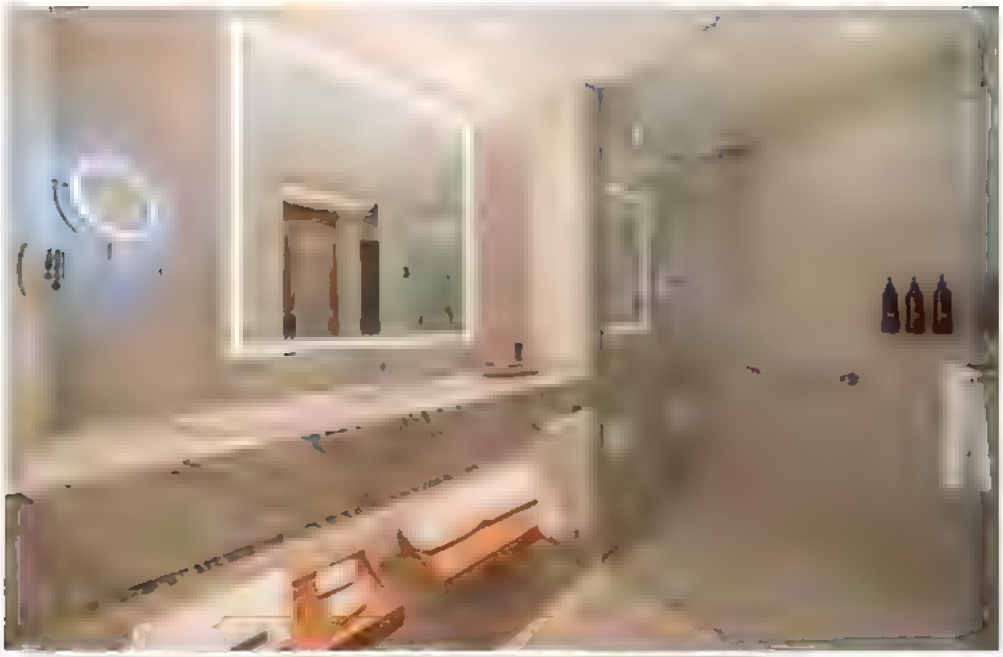
Esse é um dos diferenciais desse empreendimento que tem vistas para o skyline de São Paulo e para o Parque do Ibirapuera. O hotel ocupa os 15 primeiros andares do edifício. São 187 quartos — entre quartos premium, deluxe e suítes com varandas. Todos apresentam atributos exclusivos da marca, incluindo o colchão Simmons Heavenly Bed 2.0. Ele é homologado internacionalmente para a bandeira Westin Hotels & Resorts da Marriott International e atende aos rigorosos padrões globais de conforto e durabilidade da marca. O conforto é pensado em cada detalhe, combinando visco gel, espumas de alta densidade e as molas ensacadas Beautyrest com 234 molas/m². Com

A decoração dos apartamentos conta com cores em matizes primárias, com predominância de tons terracota, beges e verdes desaturados, dialogando com curvas e texturas

34 cm de altura e um tecido premium, o colchão entrega uma experiência de sono superior para a hotelaria de luxo. A marca no País é produzida pela Simmons/Flex do Brasil.

O enxoval de cama de alta qualidade, lençol, edredon e colchas, foram fornecidos pela empresa Fio a Fio, assim como os travesseiros de fibra siliconizada, espuma, pena/pluma de ganso e visco elástico. Coube a Döhler o fornecimento das toalhas de banho com alta absorção e conforto. Os apartamentos contam com banheiro em estilo spa com sabonete de chá branco e hidratante de lavanda Sleep Well para promover um descanso reparador. Os amenities de alto padrão de qualidade são da marca Harus com a fragrância de chá branco com alecrim, o frigobar da Consul e as fechaduras eletrônicas foram fornecidas pela Vingcard Assa Abloy Elas são de última geração no modelo Signature personalizada especialmente para este projeto. Esta fechadura já possui o sistema de abertura por BLE e utiliza a versão de software mais seguro do mercado e também utiliza os cartões AES que é a nova geração de cartões RFID onde a criptografia bloqueia qualquer tentativa de clonagem A empresa também forneceu os cofres eletrônicos com capacidade de guardar um Notebook até de 17".

Os televisores de última geração com uma variada opção de canais à cabo são da marca LG. Coube a Office Collection confeccionar os uniformes profissionais dos colaboradores. De acordo com Fernanda Banda, Gerente de marketing e atendimento da empresa, foi necessário realizar um trabalho de tropicalização do projeto original, respeitando a identidade da marca e adaptando os uniformes ao contexto brasileiro. "Apostamos em tecidos modernos e leves, que permitiram criar peças de alfaiataria elegante com um toque contemporâneo. Mantivemos a estética minimalista do projeto original, mas com escolhas que refletem melhor a realidade local. O resultado é um visual moderno, funcional e alinhado à identidade internacional do Westin — com peças que têm alma brasileira. Foi um desafio e uma honra traduzir esse padrão global para o nosso olhar", revelou Fernanda



A preocupação com o alto padrão de acabamento pode ser percebida até mesmo no banheiro

A experiência do hotel foi cuidadosamente concebida em torno dos seis pilares de bem-estar da marca Sleep Well, Eat Well, Move Well, Feel Well, Work Well e Play Well. Com eles, os hóspedes podem personalizar sua estadia e participar de programas alinhados as suas necessidades e preferências.

SIMMONS.

O restaurante Quint.e é bem acolhedor e serve um menu de culinária brasileira contemporânea

Eles também podem manter sua rotina de exercícios no Westinworkout Fitness Studio, que traz uma seleção abrangente de equipamentos da marca Life Fitness para treinos cardiovasculares e de força. Além disso, a propriedade conta com uma piscina ao ar livre com deck, dois bares e o exclusivo restaurante Quint.e – também aberto ao público –, servindo um menu de culinária brasileira contemporânea elaborado pela Chef Bel Coelho. Os pratos aproveitam os ingredientes locais para entregar ao mesmo tempo leveza e sabor, refletindo o compromisso do restaurante com a excelência gastronômica

O alto padrão de qualidade nos utensílios de alimentos e bebidas são assegurados pelas diversas marcas implantadas pela empresa Schipper nos restaurantes, bares, áreas de eventos, cozinha e confeitaria. As criações do Chef são servidas em molduras especiais, as porcelanas brancas e decoradas ultra resistentes da fabricante turca, Bonna. Para começar bem o dia, o café da manhã tem apresentação no Sistema de Buffet Modular em Madeira, uma linha de peças autorais da Schipper. O café quentinho é servido à mesa nas térmicas alemãs da empresa WMF. Na montagem do buffet se destacam as melaminas premium decoradas de alta resistência, as cestas em tecido e as modernas suqueiras com base de concreto, tudo isto da também alemã APS. Para brindar os momentos especiais, os drinks e bebidas são servidos em taças & copos da italiana Bormioli Rocco, da alemã Stolzle e da espanhola Vicrila. Fechando com classe e eficiência operacional, a cozinha e confeitaria foram equipadas com utensílios de alta performance da francesa Matfer, da espanhola Lacor e com a mais completa e robusta linha de panelas profissionais em Inox Schipper / Brinox. Todos estes cuidados e escolhas proporcionam experiências e degustações inesquecíveis a quem

se hospeda no hotel The Westin Itaim Bibi. As câmaras frigoríficas / frias / refrigeradas são da marca São Rafael e os equipamentos de cozinha foram fornecidos pela Macom.

Ampla área de eventos

O hotel conta ainda com um espaço para eventos versátil com oito salas de reuniões com nomes de árvores nativas. O destaque fica por conta do salão de 224 m² que pode ser dividido em três partes: Araucária 1 (87 m²), Araucária 2 (75 m²) e Araucária 3 (62 m²). Os outros espaços são: Sala Embaúba (28 m²), ideal para reuniões executivas com somente uma mesa central, Sala Jacarandá (16 m²); Salas Ipê 1 e Ipê 2 (10 m² cada); Sala Sapucaia (36 m²); Saguão (45 m²), perfeito para encontros informais e sessões de breakout; e o Foyer (146 m²), para recepções e prévias de eventos. Por último, o Deck Manacá, de 223 m², é um espaço aberto para eventos sociais e corporativos. A empresa Tomberlin forneceu todo o mobiliário para as salas de eventos, incluindo as mesas, cadeiras, palcos, púlpitos, entre outros.

Desafios e soluções na implantação

A IT'S Engenharia foi a empresa que fez o planejamento e implantação desse empreendimento usando seu amplo know how de 33 anos de mercado de retrofit e construção de edificações com implantação de interiores, e atuação em diversos segmentos de mercado. De acordo com Marcelo Breda, CEO da empresa, esse projeto do The Westin Itaim Bibi demandou trabalho de aproximadamente 20 meses desde o início do planejamento até sua inauguração. Como primeira unidade da marca Westin na capital paulista, o processo envolveu um elevado grau de detalhamento e aderência aos padrões internacionais da Marriott International, especialmente nos pilares de bem-estar, design biofílico, conforto e sustentabilidade. "Foi desafiador seguir todos os protocolos da marca, especialmente por se tratar de um empreendimento de alto padrão inserido em um complexo corporativo (JK Square), exigindo integração entre requisitos técnicos globais da marca e normas locais de construção, segurança e operação. Um ponto essencial foi a execução dos quartos protótipos para aprovação de

Marcelo Breda: "Essa implantação foi desafiadora para seguir todos os protocolos da marca, especialmente por se tratar de um empreendimento de alto padrão"

todos os detalhes de acabamentos, materiais e espaços", revela Breda

Ele destaca as principais dificuldades encontradas nessa implantação e as soluções adotadas nesse empreendimento. "Compatibilização de projetos internacionais com normas locais brasileiras, especialmente nas áreas de engenharia e instalações prediais. A coordenação multidisciplinar foi outro desafio onde o projeto iniciou antes da conclusão da obra do complexo corporativo, onde coordenávamos todo o projeto do hotel com empresas terceiras que ainda estavam na obra. Podemos destacar também o desafio de armazenamento de materiais em áreas ainda em execução, o que exigiu sincronia entre os diferentes fornecedores e fases da obra, sem contar a localização do empreendimento, ao qual exige um grande controle logístico para recebimento de materiais de grandes volumes", elencou Breda

Ele finaliza informando que a implantação desse hotel demandou mais de 200 profissionais. Eles estiveram envolvidos diretamente nas etapas de concepção, execução e finalização, incluindo arquitetos, engenheiros, gestores de projeto, fornecedores e equipes de fiscalização, com um efetivo diário médio de 150 pessoas em obra. "Com isso, foi possível entregar dentro do prazo e dos padrões exigidos pela rede Marriott". ■

Ruben Leme

Fera Palace Hotel apresenta novo Gerente geral

O empreendimento que é referência em hospitalidade na capital baiana, anuncia a chegada de Ruben Leme como seu novo Gerente geral. Com mais de duas décadas de experiência no setor de hotelaria de luxo, ele assume o comando com a missão de consolidar o Fera como o hotel mais sofisticado e icônico de Salvador e um dos principais nomes da hotelaria nacional. Natural de São Paulo e residente na Bahia há sete anos, Ruben traz uma trajetória marcada por excelência operacional e forte conexão com a equipe. Atuou como Gerente geral do L'Hotel PortoBay, em São Paulo, por quase uma década, além de comandar o Campo Bahia Hotel Villas & Spa, onde aliou gestão personalizada à valorização da cultura local. Entre as estratégias que Ruben pretende implementar estão o aprimoramento de processos internos, o investimento no desenvolvimento da equipe e uma integração ainda mais profunda da cultura soteropolitana na experiência oferecida aos hóspedes.

Nova Diretora de vendas e marketing no Staybridge Suites São Paulo

Beatriz Magalhães

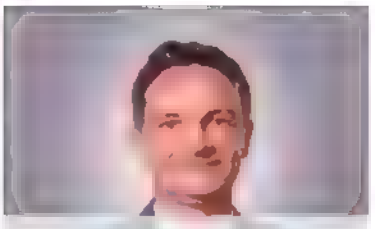
O empreendimento localizado no bairro paulistano do Itaim Bibi contratou Beatriz Magalhães como sua nova Diretora de vendas e marketing. Com uma sólida trajetória de 15 anos no setor hoteleiro e de turismo, Beatriz assume a posição com a missão de impulsionar o crescimento do hotel, fortalecer relacionamentos e aprimorar a experiência do cliente. Formada em Hotelaria, Beatriz Magalhães, traz uma perspectiva abrangente para o cargo, resultado de sua experiência em diversas frentes do mercado. Sua carreira inclui passagens pela hotelaria hospitalar, atuação internacional no Chile e em agências de viagem cooperativas, onde desenvolveu expertise em negociação e gestão de contas. Antes de integrar a equipe do Staybridge Suites São Paulo, Beatriz atuou na Meliá Hotels & Resorts, Atlantica Hotels e no InterContinental Hotels & Resorts, consolidando seu conhecimento da praça paulistana.

Eurico Teixeira

Novo Gerente de vendas MICE na Trul Hotéis

Eurico Teixeira assumiu esse cargo reforçando o compromisso da administradora hoteleira com a excelência comercial e a ampliação de negócios estratégicos. Com 20 anos de experiência em vendas e gestão, o executivo construiu uma carreira sólida no setor hoteleiro, com passagens por grandes redes como Accor e Marriott – diversas marcas - e, mais recentemente, atuando no Novotel Itu Terras de São José Golf & Resort. Formado em Tecnologia da Informação e Comex e com especialização em gestão de pessoas, Eurico é reconhecido por sua atuação em liderança de equipes de alta performance, desenvolvimento de novos mercados e gestão orientada para resultados e satisfação do cliente.

Novo CEO global no Club Med



Stéphane Maquaire

O Conselho de Administração da Club Med Holding anunciou a nomeação do francês Stéphane Maquaire como Presidente e CEO da Club Med Holding, com efeito imediato. Ele traz consigo sólida experiência de liderança em empresas francesas no cenário internacional. Com ampla expertise em transformação de marcas premium e em imóveis comerciais, ele apresenta um histórico consistente de crescimento, excelência operacional e inovação voltada ao consumidor. Stéphane Maquaire chega ao Club Med vindo do Carrefour, onde atuava como Diretor executivo para o Carrefour Brasil e América Latina. Ele ficará baseado em Paris, garantindo a preservação da identidade e dos valores franceses que estão no coração da marca.

Dazzler by Wyndham Salta é inaugurado na Argentina

O empreendimento abriu oficialmente suas portas, uma nova adição à crescente oferta hoteleira da província argentina. Localizado no coração de Salta, entre a Avenida Entre Ríos e a Rua Rivadavia, o hotel tem 75 quartos e uma oferta completa, pensada para viajantes a negócios e a lazer. A apenas 12,4 quilômetros do Aeroporto Internacional de Salta e a poucos passos das principais atrações turísticas e gastronômicas da cidade, seus serviços incluem café da manhã com buffet incluso, o restaurante Cynara, bar, lobby bar e um terraço com piscina ao ar livre, além de vistas para as montanhas. Também oferece aos hóspedes academia, estacionamento com custo adicional e quartos adaptados para pessoas com mobilidade reduzida.

Com essa inauguração, a Wyndham Hotels & Resorts continua a consolidar sua presença na Argentina e na região. Atualmente, a empresa conta com mais de 55 hotéis em operação no País, representando mais de 4.100 quartos, e mantém um pipeline ativo de mais de 1.800 quartos em desenvolvimento. Na América Latina e no Caribe, a Wyndham possui quase 270 propriedades, posicionando-se como um dos players mais relevantes e de crescimento mais rápido do setor hoteleiro regional.

Terraço com piscina ao ar livre do Dazzler by Wyndham Salta, na Argentina

Curio Collection by Hilton faz sua estreia na República Dominicana

A Hilton colocou em operação no mês de julho, o Zemi Miches Punta Cana All-Inclusive Resort, Curio Collection by Hilton, o primeiro resort all-inclusive da Curio Collection na República Dominicana. De frente para as águas cristalinas de Playa Esmeralda, esse resort com 500 quartos oferece a combinação perfeita de tradição local e serviços de classe mundial. Os hóspedes vivenciam uma imersão cultural inspirada nas tradições do povo Taíno, originário do local, além de várias comodidades extraordinárias, inclusive 14 restaurantes, bares e lounges, programação completa no clube para crianças, várias piscinas e mais de 800 metros de praia, além do Club Azure, uma categoria premium, que oferece quartos, suítes e bangalôs com benefícios exclusivos e experiências personalizadas. Situada a cerca de 100 quilômetros a oeste do Aeroporto Internacional de Punta Cana, Miches é uma cidade costeira serena e ainda pouco conhecida. Oferece uma atmosfera dominicana autêntica e combina o charme de uma idílica vila de pescadores com reservas naturais e praias ladeadas por palmeiras, proporcionando tranquilidade e a sensação de aventura fora dos circuitos habituais

O empreendimento possui uma piscina com uma incrível vista do mar

Gol mira operações no futuro aeroporto internacional de Olímpia

O Aeroporto Internacional do Noroeste Paulista, que está em fase de implantação em Olímpia (SP), já começa a movimentar o setor aéreo e logístico nacional. O Prefeito Geninho Zuliani esteve reunido recentemente com Henrique Constantino, Vice-presidente do Conselho e cofundador da Gol Linhas Aéreas, para apresentar os detalhes do empreendimento e debater o potencial de Olímpia como futuro hub turístico e logístico do interior do País. "É um passo gigante para consolidar Olímpia como o principal hub turístico e econômico do interior A Gol foi a primeira a mostrar interesse pelo nosso projeto, e deixa claro a credibilidade da cidade e a confiança que estamos conquistando junto aos grandes players do setor", destacou Geninho.

Com investimento inicial de R$ 500 milhões, o aeroporto internacional será construído em uma área de 200 hectares, a 20 km do centro da cidade, com pista de 2.100 metros de extensão por 45 de largura, preparada para receber aeronaves de grande porte, incluindo cargueiros. A capacidade prevista é para 1 milhão de passageiros por ano, podendo ser ampliada para 2.500 metros de pista no futuro. A implantação, administração e operação ficarão a cargo da Infraero.

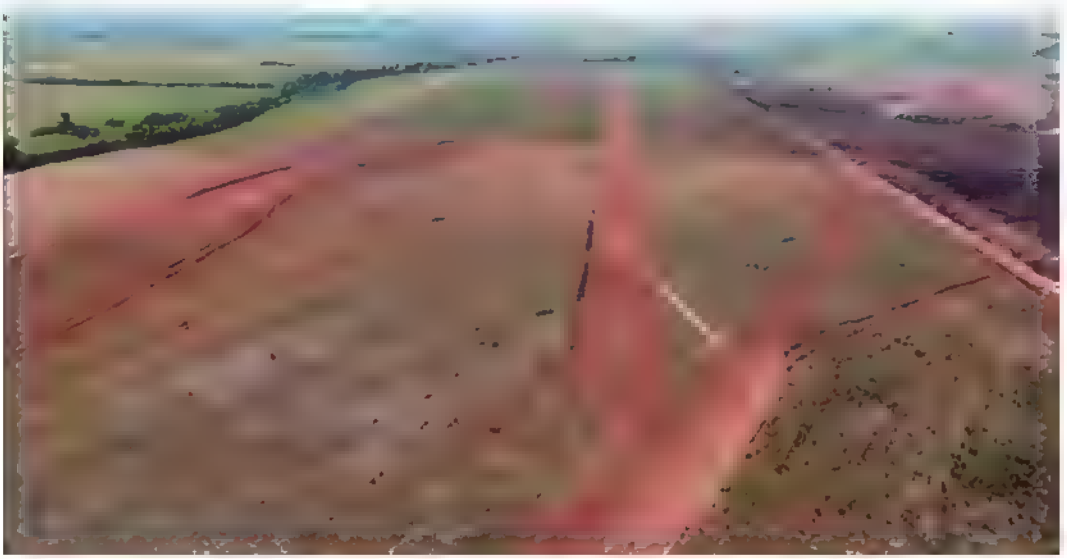
A localização estratégica faz do aeroporto uma solução logística não só para o Estado de São Paulo, mas para Minas Gerais, Mato Grosso e Goiás, reduzindo custos e tempo de transporte para as empresas dessas regiões. Isso cria perspectivas para consolidar Olímpia também como centro de exportação e importação, atraindo players globais do comércio e da indústria.

Turismo em expansão e mercado já aquecido

Olímpia vive um momento único: a cidade já recebe 5 milhões de turistas por ano, tem 35 mil leitos, dois dos maiores parques aquáticos da América Latina (Thermas dos Laranjais e Hot Beach) e está construindo um Centro de Convenções para consolidar o turismo de eventos Além disso, segue avançando com a duplicação da Rodovia Assis Chateaubriand (SP-425), fundamental para sustentar o fluxo crescente de veículos, turistas e, futuramente, cargas. "Estamos preparando Olímpia para o que vem pela frente Com aeroporto, rodovias duplicadas e a força do nosso turismo, vamos gerar ainda mais emprego e renda, transformando o interior de São Paulo em uma potência nacional", disse Geninho.

Argentina passou a exigir seguro viagem para turistas

Essa medida já está em vigor pelo governo argentino que determinou que todos os turistas estrangeiros só poderão entrar no País se apresentarem bilhete válido de seguro viagem A cobertura mínima exigida é de R$ 30 mil para despesas médicas, hospitalares e odontológicas.



Local onde será construído o aeroporto internacional de Olímpia

Foto Pexels - Gabriel Luiz Ramos

Buenos Aires é a cidade argentina mais visitada pelos brasileiros

A medida foi implementada para aliviar a carga do sistema público de saúde do País. Recentemente, representantes do Ministério do Turismo argentino estiveram no Brasil, onde discutiram formas de impulsionar a ida de brasileiros para o local

Essa nova regra, que já está valendo desde o último mês de junho, alinha a Argentina com países como França, Itália, Canadá e Estados Unidos — destinos onde o seguro viagem já é uma exigência consolidada Ao fazer o seguro viagem, deve ficar atento a cobertura para COVID-19 e outras doenças transmissíveis e esse seguro deverá contemplar também: Repatriação médica e funerária, assistência farmacêutica e jurídica e extravio de bagagem e cancelamento de voo. Segundo a pesquisa Tendências de Turismo Verão 2025, seis a cada dez brasileiros realizam ao menos uma viagem de lazer por ano. Embora todo o planejamento seja essencial, ainda assim imprevistos podem surgir – e é aí que entra o seguro viagem.

Ministério do Turismo cria câmara temática para aprimorar qualificação profissional

O MTur - Ministério do Turismo instituiu oficialmente a Câmara Temática de Qualificação, Capacitação e Formação no Turismo, no âmbito do CNT - Conselho Nacional de Turismo. A medida, publicada no Diário Oficial da União, cria um espaço específico estratégico para debater e propor melhorias na formação dos profissionais que atuam em toda a cadeia produtiva do setor no País.

A criação da câmara atende a uma demanda do setor por um fórum dedicado a alinhar a qualificação profissional às novas exigências do mercado, identificar lacunas na formação de profissionais e promover a educação para um turismo cada vez mais sustentável. A iniciativa é essencial para garantir que as políticas públicas de qualificação sejam construídas com ampla participação social.

Entre as principais competências do novo colegiado estão a divulgação de boas práticas de formação e certificação, a sugestão de estudos e pesquisas para o setor e a proposição de diretrizes para a formação de instrutores. Além disso, a câmara terá um papel fundamental em indicar estratégias que promovam a inclusão de pessoas com deficiência, mulheres, jovens, pessoas LGBTQIAPN+, idosos e grupos étnicos diversos nos processos de qualificação, ampliando o acesso ao mercado de trabalho.

A força da iniciativa reside na sua composição plural, reunindo mais de 30 integrantes. Participam do colegiado representantes do governo federal, do setor privado (agências, hotéis, restaurantes, guias etc) e da academia, o que garante uma visão integrada das necessidades do segmento

Foto Freepik.com

Os cursos poderão suprir funções básicas em um hotel, como camareira, que sofre escassez de mão de obra

Design hoteleiro: Inovação, sim. Mas com os pés no chão

Artigo de Mario Cezar Nogales*

Há uma nova onda no setor hoteleiro: o design virou protagonista. Não se trata mais apenas da estética dos ambientes, mas de um discurso sofisticado que mistura arte, tecnologia e bem-estar como se fossem ingredientes obrigatórios para qualquer empreendimento moderno. Acontece que, fora do circuito das revistas de arquitetura e dos painéis de tendências, a realidade da hotelaria brasileira ainda se pauta por um velho conhecido: a necessidade de rentabilidade.

Enquanto alguns falam em quartos inteligentes que "sentem" o humor do hóspede ou em recepções que mais parecem galerias de arte contemporânea, nós, que estamos no chão da operação, sabemos que o hóspede continua chegando cansado, querendo um bom banho, uma cama limpa e atendimento que funcione. O resto é perfumaria — e das caras.

Design de hotel, para mim, precisa ter função. O que adianta criar um espaço lindo se ele é pouco operacional, se não há ergonomia, se o layout obriga o funcionário a dar volta no lobby para servir um café? Ou pior, se o investimento foi tão alto em acabamentos importados que o ROI se torna uma miragem? O design não pode ser vaidade de arquiteto, nem desejo do proprietário que viu um hotel conceitual em Berlim. Ele precisa ser ferramenta de fidelização, de retenção e de conversão. Quando bem aplicado, o design ajuda a vender. Quando mal aplicado, vira custo fixo com ar-condicionado mal dimensionado e manutenção impossível.

No mesmo ritmo, a tecnologia vem sendo vendida como solução para todos os males da hotelaria. Automação, check-in por reconhecimento facial, cortinas que se abrem por comando de voz, sensores, telas interativas — tudo isso é bonito em vídeo institucional. Mas, na prática, o que mais vemos são sistemas travando, hóspedes sem conseguir regular a luz do quarto e equipe de manutenção correndo atrás de manuais. A tecnologia certa é aquela que resolve uma dor de operação. A que reduz custo, agiliza processo e melhora a experiência de verdade — e não apenas a percepção do investidor.

Também virou lugar-comum falar em sustentabilidade. E é ótimo que esse tema esteja na mesa. Mas o que se vê são muitas ações cosméticas e poucas estratégias reais. Colocar um aviso no banheiro pedindo ao hóspede para reaproveitar toalha não transforma um hotel em sustentável. O que transforma é a adoção de materiais construtivos duráveis, o uso racional de energia, uma política de compras locais e um olhar estratégico para o ciclo de vida dos equipamentos. Ser sustentável custa. Mas não ser, custará muito mais.

O discurso do bem-estar, que tomou conta do marketing da hotelaria, também precisa ser compreendido com um pouco mais de ceticismo. Criar suítes voltadas ao sono, menus funcionais, salas de meditação e spas com cromoterapia pode ter seu valor, desde que esteja alinhado ao perfil do público-alvo e ao modelo de negócio. Não é porque um resort na Ásia viralizou com seu "quarto do silêncio" que isso se aplica a um hotel corporativo de médio porte em São José dos Campos.

A verdade é uma só: o hotel do futuro precisa continuar gerando margem. A estética importa, mas não sustenta. A inovação é bem-vinda, mas deve vir acompanhada de gestão. E o encantamento do hóspede não pode custar o prejuízo do empreendedor. Portanto, antes de embarcar na próxima tendência importada, o hoteleiro brasileiro precisa fazer a pergunta que nunca sai de moda: isso traz resultado? Se sim, ótimo. Se não, melhor manter o foco no essencial: bem atender, bem operar, e bem lucrar.

***Mário Cezar Nogales** é consultor especializado em hotelaria, autor de livros técnicos e referência no setor. Contato pelo site www.snhotelaria.com.br ou pelo e-mail mario.nogales@snhotelaria.com.br

Privacidade em risco: o lado oculto das hospedagens temporárias

Artigo de Paulo Murata*

Imagine chegar para as tão sonhadas férias ou uma viagem de negócios, entrar no quarto do hotel ou do imóvel alugado e, sem saber, estar sendo observado. Não por um funcionário do local, mas por um dispositivo oculto que grava suas conversas, hábitos e até momentos íntimos. Parece cena de filme de espionagem? Pois essa tem sido uma realidade cada vez mais frequente para hóspedes em todo o mundo.

A ascensão das plataformas de aluguel por temporada trouxe liberdade e diversidade de experiências para os viajantes. Apenas entre 2022 e 2023, a procura por esse tipo de hospedagem cresceu 190%, segundo dados da Decolar. Mas o crescimento acelerado também escancarou uma vulnerabilidade crítica: a violação da privacidade.

Casos registrados no Rio de Janeiro, em Pernambuco e na Flórida mostram que o risco é real. Câmeras escondidas em espelhos, detectores de fumaça ou tomadas já foram encontradas em locais que deveriam ser seguros. O impacto disso vai muito além do desconforto pessoal, trata-se de uma violação grave de direitos, com consequências emocionais, jurídicas e reputacionais tanto para quem se hospeda quanto para quem oferece o imóvel.

Agora imagine esse tipo de violação atingindo uma celebridade, autoridade política ou um executivo de alto escalão. A exposição indevida pode gerar escândalos, comprometer negociações sigilosas e até ameaçar a segurança nacional. Para hotéis de alto padrão ou redes de locações de luxo, os danos à reputação podem ser irreversíveis. Em um mercado competitivo como o de turismo e hotelaria, transmitir confiança para quem está buscando alugar um quarto é essencial. Um único incidente de espionagem pode afugentar hóspedes, atrair processos judiciais e arruinar anos de investimento em branding. Por isso, a segurança deve deixar de ser tratada como diferencial e passar a ser um pilar inegociável.

Hotéis e administradoras de imóveis precisam adotar políticas rígidas de controle de acesso, treinar suas equipes, realizar auditorias frequentes e, especialmente, investir em varreduras de ambientes profissionais. Essas inspeções especializadas identificam e neutralizam dispositivos de espionagem, assegurando que o hóspede esteja de fato em um ambiente privado e seguro.

Mas a responsabilidade não é apenas dos fornecedores. Viajantes também devem se informar e se proteger. Verificar cuidadosamente o ambiente, usar aplicativos de detecção de dispositivos ocultos e escolher hospedagens com boa reputação são atitudes simples que ajudam a reduzir riscos. Em caso de suspeita, o correto é denunciar. Registrar um boletim de ocorrência e informar a plataforma de aluguel são medidas importantes não só para o seu caso, mas para evitar que outras pessoas sejam vítimas.

A espionagem em hotéis e locações temporárias é uma ameaça real, crescente e, infelizmente, ainda pouco discutida. A era digital nos trouxe conforto e praticidade, mas também abriu portas para novas formas de violação. Ignorar esse problema é fechar os olhos para um risco que pode atingir qualquer um, em qualquer lugar. Mais do que um luxo, privacidade é um direito fundamental. Preservá-la é dever compartilhado entre empresas, profissionais e consumidores. E a melhor forma de garantir isso é com informação, prevenção e ação. Fique atento e proteja sua privacidade.

***Paulo Murata** é Gerente Gerente Sênior de Segurança e Risco da ICTS Security, com Pós Graduação e MBA em Gerenciamento de Projetos e Tecnologia. Mais de 20 anos de experiência corporativa, sendo 15 em Consultoria de Segurança e Risco.

Ecoaluminio - Elegância e resistência com baixa manutenção

Esse é o conceito do novo modelo de sauna da empresa Ecosauna que une design sofisticado com muita elegância e requinte. Isso se dá por conta de ser em alumínio que é um material não oxidável, não exige manutenção e tem alta resistência ao tempo e a umidade, portanto, ideal para hotéis e pousadas em regiões praianas ou úmidas. O tom bronze com vidros e teto em policarbonato compacto pode ser adquirido nas cores bronze ou incolor, onde o tom sobre tom da uma uniformidade com elegância e requinte. Contato: www.ecosauna.com.br/portfolio/ecoaluminio/

Castor aposta em tecnologia ecológica e lança linha de colchões que reduzem emissões de CO_2

A linha Green Star, composta por três modelos de colchões que unem conforto premium e tecnologias verdes, é uma resposta direta ao consumidor que prioriza marcas comprometidas com o meio ambiente. Os produtos da nova linha são fabricados com matérias-primas de origem vegetal e zero emissão de carbono. Destaque para o uso do Biovisco, espuma com tecnologia biodegradável com desempenho ergonômico, e do OrganiCotton, malha belga produzida com algodão orgânico. A proposta é clara: transformar o sono em uma escolha mais consciente, sem renunciar a sofisticação e qualidade. Com a Green Star, a Castor amplia sua atuação nesse mercado e sinaliza um novo capítulo para o setor de colchões, onde dormir bem e preservar o planeta caminham lado a lado. Contato: www.colchoescastor.com.br

Premisse apresenta solução antifurto e recarregável para banheiros de hotéis

Essa solução apresentada pelo Grupo Premisse combina design moderno, sistema antifurto exclusivo e recarga econômica e sustentável. Ideal para hotéis, pousadas e resorts que buscam elevar a experiência dos hóspedes e ao mesmo tempo otimizar seus processos de reposição e segurança, o suporte fixo da Premisse trava os frascos de shampoo, condicionador e sabonete líquido diretamente na parede, impedindo a remoção ou abertura dos produtos. O acesso ao refil é possível apenas com uma chave especial, o que evita desperdícios, adulterações e furtos. Com acabamento em preto, o suporte é compatível com os frascos de 400 ml da linha Premisse e conta com recargas disponíveis em três versões: Shampoo hidratante com leite de argan, condicionador hidratante com leite de argan e sabonete líquido com fragrância de flor de algodão. Contato: www.premisse.com.br

Tecnologia, performance e precisão para sua cozinha profissional

O Forno Combinado Tramontina by Rational entrega resultados impecáveis com controle total de temperatura, tempo e umidade. Equipado com o sistema ClimaPlus, garante um ambiente de cocção ideal, otimizando a desumidificação e o consumo de energia. Com capacidade para até 30kg, painel digital intuitivo, sonda no núcleo do alimento e armazenamento de 100 programas, é a solução inteligente para quem busca produtividade, eficiência e qualidade no preparo. Contato: https://global.tramontina.com/hospitality/furniture @tramontinahospitality

Sinta-se em casa.

SINTRA Acomode mais hóspedes economizando espaço.

Os modelos disponíveis para hotelaria são versáteis e confortáveis. Acomodam hóspedes conforme a disponibilidade e ocupam menos espaço, facilitando a limpeza e arrumação do quarto.

2 CAMAS DE SOLTEIRO

2 CAMAS DE SOLTEIRO E 1 CASAL

GAVETA

PRESIDENT - NEW YORK - LIBRE - LOTUS - SEGÓVIA

Av. Pedro Freitas, 4000, Tabuleta
CEP: 64019-734 - Teresina - PI
VENDAS: 86 3131.6300 3131.6427 (FAX)
E-mail: vendas@socimol.com.br

SELO DE SEGURANÇA ABICOL

COLCHÃO Onix®

Tradição em colchões desde 1976.

Conheça o nosso mix de produtos acessando o site ou solicite a visita do representante local: **www.colchaoonix.com.br**

Altenburg
hoteltex

A Linha de produtos Altenburg Hoteltex se tornou indispensável para quem busca oferecer aos seus hóspedes o que há de melhor em custo-benefício, conforto e beleza associado à tecnologia. Somos os maiores fabricantes de travesseiros da américa latina com mais de 50 modelos trazendo ao mercado soluções para o bem dormir que proporcionam uma ótima noite de sono.

VENHA NOS VISITAR NA FEIRA EQUIPOTEL

16-19 SETEMBRO | 2025

EXPO CENTER NORTE

Leia o QR Code e encontre o representante mais próximo